



Силабус навчальної дисципліни
«Кон'юнктурознавство та міжнародне ціноутворення»

Спеціальність	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітня програма	076.020 «Міжнародна торгівля»
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	4 курс, 7 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 30 год.
	Практичні – 30 год.
	Самостійна робота – 90 год.
Форма підсумкового контролю	Залік
Кафедра	Міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, проспект Науки 9-А, м. Харків, головний корпус, ауд. 201. Тел. 38(057)702-18-32 (дод. 3-46) https://www.hneu.edu.ua/kafedra-mizhnarodnoyi-ekonomiky-ta-menedzhmentu-zovnishnoekonomichnoyi-diyalnosti/
Викладач	Горобинська Маріанна Володимирівна, доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту ЗЕД, кандидат економічних наук, доцент
Контактна інформація викладача	<i>E-mail:</i> gorobinskayam@gmail.com
Дні занять	Згідно діючого розкладу занять
Консультації	Відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – сформування у студентів знань, умінь і навичок у частині методики дослідження та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків із використанням актуальних міжнародних інформаційних джерел.	
Передумови для навчання <i>«Економіка бізнесу», «Світове господарство та міжнародні відносини», «Міжнародна торгівля»/Знання основ економіки, специфіки міжнародної торгівлі та її регулювання</i>	
Зміст навчальної дисципліни Змістовий модуль 1. Теоретичні підходи до вивчення кон'юнктури ринку Тема 1. Поняття та показники кон'юнктури ринку Тема 2. Методи дослідження кон'юнктури ринку Тема 3. Аналіз масштабу та потенціалу ринку Змістовий модуль 2. Аналіз та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків Тема 4. Аналіз збалансованості ринку Тема 5. Оцінювання й аналіз циклічності та сезонності ринку Тема 6. Аналіз та прогнозування тенденцій і стійкості розвитку ринкової кон'юнктури Тема 7. Кон'юнктура світових секторів і товарних ринків	
Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)	https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4668 Технологічна карта, лекції, завдання для самостійної роботи, інформаційні матеріали, завдання для перевірки знань.
Рекомендовані джерела Основна 1. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование : учеб. пособ. ру-ководство по изучению дисциплины, практикум по курсу, учебная про-грамма И. К. Беляевский. – М. : Московский государственный универси-тет экономики, статистики и информатики, 2004. – 414 с. 2. Дурович А. П. Практика маркетинговых исследований. В 2 кн. Кн. 1. Основные концепции и методы / А. П. Дурович. – М. : Изд. Гревцо-ва, 2008. – 256 с. 3. Дурович А. П. Практика маркетинговых исследований. В 2 кн. Кн. 2. Среда. Рынок. Товары. Конкуренты. Потребители. Коммуникации / А. П. Дурович. – М. : Изд-во	



Гревцова, 2008. – 400 с. 4. Желтякова И. А. Цены и ценообразование. Краткий курс : учеб. пособ. / И. А. Желтякова, Г. А. Маховикова, Н. Ю. Пузыня. – СПб. : Изд. "Питер", 2008. – 176 с. 5. Карпов В. А. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку : навч. посіб. / В. А. Карпов, В. П. Кучеренко. – К. : Т-во "Знання", КОО, 2001. – 215 с. 6. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 2000. – 460 с. 7. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Избранные труды / Н. Д. Кондратьев ; Международный фонд Н. Д. Кондратьева и др. ; Ред. колл. : Абалкин Л. И. и др. ; сост. Ю. В. Яковец. – М. : ЗАО "Издательство "Экономика", 2002. – 767 с. 8. Косенков С. І. Маркетингові дослідження / С. І. Косенков. – К. : Скарби, 2004. – 464 с. 9. Левшин Ф. М. Мировой рынок: Конъюнктура, цены и маркетинг / Ф. М. Левшин. – М. : Международные отношения, 2003. – 284 с. 10. Морозов Ю. В. Основы маркетинга : учеб. пособ. для вузов / Ю. В. Морозов. – М. : ИД "Дашков и Ко", 2000. – 156 с. 11. Ноздрева Р. Б. Маркетинг: как побеждать на рынке / Р. Б. Ноздрева, Л. И. Цыгичко. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 345 с. 12. Розвиток секторів і товарних ринків України: НАН України, Інститут економічного прогнозування / за ред. д. е. н., проф. В. О. Точиліна. – Ужгород : ІВА, 2001. – 400 с. 13. Світовий ринок товарів та послуг : підручник. В 2 ч. Ч. 1 / А. А. Мазаракі, Є. М. Воронова, В. В. Юхименко та ін.; За заг. ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2005. – 319 с. 8 14. Ямароне Р. Э. Ключевые экономические индикаторы: руководство трейдера / Р. Э. Ямароне – М. : Интернет-трейдинг, 2004. – 328 с.

Додаткова

15. Астахова І. Е. Маркетинг : конспект лекцій для студентів спеціальностей 7.050101, 7.050103, 7.050.206 усіх форм навчання / І. Е. Астахова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 144 с. 16. Бойко И. И. Маркетинговые исследования (минимальный маркетинговый эксперимент) : учеб. пособ. / И. И. Бойко. – К. : Кондор, 2005. – 280 с. 17. Зяйлік М. Ф. Євромаркетинг : навч. посіб. / М. Ф. Зяйлік, Л. Б. Зяйлік. – К. : Кондор, 2009. – 226 с. 18. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. ; пер. с англ. – 9-е изд. – М. : ИД "Вильямс", 2003. – 1200 с. 19. Малхотра Н. К. Маркетинговые исследования : практическое руководство / Малхотра Н. К. ; пер. с англ. – 3-е изд. – М. : ИД "Вильямс", 2003. – 960 с. 20. Нагапетьянц Н. А. Прикладной маркетинг : учеб. пособ. для вузов / Н. А. Нагапетьянц. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 272 с. 21. Парфенцева Н. Міжнародні статистичні класифікації в Україні: Впровадження й використання / Н. Парфенцева. – К. : Основи, 2000. – 350 с. 22. Ринки реального сектора економіки України в інституціональному середовищі СОТ: кон'юнктура та інтеграція : монографія / за ред. д. е. н., проф. В. О. Точиліна. – К. : НАН України, Ін-т економіки та прогнозування, 2012. – 552 с. 23. Серова І. А. Дослідження і прогнозування економічної кон'юнктури : конспект лекцій для студентів спеціальності 8.050110 "Прикладна статистика" денної форми навчання / І. А. Серова, Т. С. Мирна. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 92 с. 24. Тимонин А. М. Маркетинг : курс лекцій / А. М. Тимонин. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2006. – 74 с. 25. Цены и ценообразование : учебник для вузов. / под ред. В. Е. Есипова. – 3-е изд. – СПб. : Изд. "Питер". 2000. – 464 с. Інформаційні ресурси в Інтернеті 26. Бюллетень иностранной коммерческой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rusexporter.ru/biki>. 27. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>. 28. Державне підприємство "Інформаційно-аналітичне агентство" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://iaa.kiev.ua>. 29. Organisation for Economic Cooperation and Development [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.oecd.org>. 30. United Nations Statistics Devision [Electronic resource]. – Access mode : <http://unstats.un.org>. 31. World Trade Organization [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.wto.org>.

Система оцінювання результатів навчання

Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується сумарно з урахуванням балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою та балів (до 60 балів), отриманих під час екзамену (до 40 балів). Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни. Максимальна оцінка за поточну контрольну роботу (протягом вивчення дисципліни 2 ПКР) становить 10 балів. Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в технологічній карті дисципліни.

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни (приклад)

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Активна аудиторна робота студентів на лекційних заняттях	15
Активна робота студентів на практичних заняттях	30
Виконання домашніх завдань	10
Поточні КР	10
Фронтальні опитування)	5



Індивідуальні опитування			5
Презентація			5
Колоквіум			20
Максимальна кількість балів			100
Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та ХНЕУ ім. С. Кузнеця			
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену (іспиту), диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики, тренінгу	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	не зараховано
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F		
Політики навчальної дисципліни			
Під час вивчення даної дисципліни обов'язковим є дотримання політики академічної доброчесності, не допускається пропуск занять без поважних причин.			
Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.			
https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4668			

Силабус затверджено на засіданні кафедри міжнародної економіки та менеджменту ЗЕД «28» серпня 2020 р. Протокол №1