

Львівський національний університет імені Івана Франка
Кафедра економіки підприємства

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан
економічного факультету
доц. Михайлишин Р.В.


“ 31 ” 2018 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

“Прогнозування цінового середовища розвитку підприємств”

(шифр і назва навчальної дисципліни)

галузь знань 07 – “Управління та адміністрування”

(шифр і назва галузі знань)

спеціальність 076 – “Підприємництво, торгівля та біржова діяльність”

(шифр і назва напрямку підготовки)

факультет Економічний

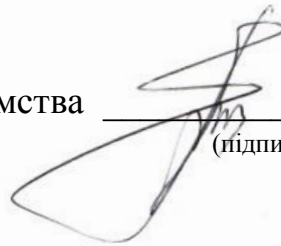
(назва факультету)

Робоча програма навчальної дисципліни "Прогнозування цінового середовища розвитку підприємств" для підготовки доктора філософії за спеціальністю 076 – "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність". – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. – 18с.

Розробник: Біттер Олександр Аронович, доктор економічних наук,
професор

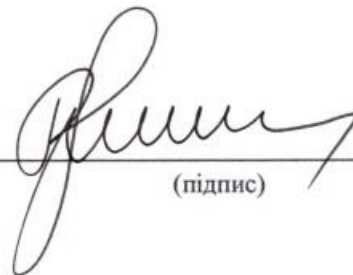
Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки підприємства
Протокол № 1 від " 30 " серпня 2018 р.

Завідувач кафедри економіки підприємства _____ проф. Михасюк І.Р.
(підпис)



Схвалено Вченою радою економічного факультету Львівського національного
університету імені Івана Франка
Протокол № 1 від " 31 " серпня 2018 р.

Голова _____ Р.В.Михайлишин
(підпис)



1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів - 3	Галузь знань: <u>07 – Управління та адміністрування</u>	Вибіркова	
Модулів - 1	Спеціальність: <u>076 – "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність"</u>	Рік підготовки:	
Змістових модулів - 2		2-ий	2-ий
Курсова робота - 0		Семестр	
Загальна к-сть годин - 90		4-ий	4-ий
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 для самостійної роботи аспіранта – 3,4	Освітньо-науковий рівень: <u>Доктор філософії</u>	Лекції	
		32 год.	12
		Практичні, семінарські	
		16 год.	6
		Лабораторні	
		(-)	(-)
		Самостійна робота	
		42 год.	72
ІНДЗ:			
Вид контролю: іспит			

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять і самостійної та індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 1:0,88

для заочної форми навчання – 1:4

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Прогнозування цінового середовища розвитку підприємств» є формування теоретичних знань і практичних навичок прогнозування цінового середовища розвитку підприємства з використанням сучасних методів та засобів.

Основними **завданнями** викладання дисципліни є вивчення теоретичних основ прогнозування в цілому та прогнозування цінового середовища діяльності підприємства зокрема, чинників, що визначають формування цінового середовища підприємств, прогнозування формування цін на продукцію підприємств та на використовувані підприємствами ресурси, логічно-інтуїтивних та формалізованих методів прогнозування та особливостей їх застосування при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємства, вироблення та закріплення навичок використання методів прогнозування, усвідомлення гносеологічних обмежень наукового прогнозування цінового середовища розвитку підприємства.

Згідно з вимогами освітньо-наукової програми аспіранти повинні

знати:

- поняття, сутність та види "прогнозів" та "прогнозування";
- основні елементи системи прогнозування та його функції.
- основні етапи прогнозування цінового середовища підприємств;
- логічно-інтуїтивні та формалізовані методи прогнозування;
- поняття та складові елементи цінового середовища підприємств;
- чинники формування цінового середовища підприємств;
- інформаційні джерела прогнозування цінового середовища підприємств;
- гносеологічні обмеження наукового прогнозування цінового середовища розвитку підприємства.

вміти:

- здійснювати правильний вибір джерел інформації для забезпечення досягнення відповідних цілей та завдань прогнозування.

- формувати цілі та завдання прогнозування;
- проводити аналіз об'єкту прогнозування та його навколишнього середовища;
- здійснювати вибір відповідного методу прогнозування;
- практично застосовувати методи індивідуальних та колективних експертних оцінок при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємства
- практично використовувати методи прогновної екстраполяції та моделювання при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємства;
- обґрунтовувати прогноз моделювання цінового середовища підприємств та проводити оцінку його достовірності.

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Прогнозна функція та зміст підприємницької діяльності

Зміст та природа підприємницької діяльності. Особливості підприємницького знання. Правильний прогноз – основа успіху підприємця.

Тема 2. Методологічні основи прогнозування

Поняття "прогнозу" та "прогнозування". Пошуковий і нормативний прогноз. Класифікація прогнозів за об'єктами та часовим горизонтом. Сутність прогнозування. Предмет та об'єкт прогнозування. Види прогнозування. Основні принципи прогнозування. Основні форми передбачень. Система та функції прогнозування. Інформаційна основа прогнозування.

Тема 3. Методи прогнозування

Поняття методу прогнозування. Класифікаційні ознаки методів прогнозування. Загальна характеристика логічно-інтуїтивних та формалізованих методів прогнозування.

Тема 4. Основні етапи прогнозування

Формування цілей і завдань прогнозування. Аналіз об'єкту прогнозування та його навколишнього середовища. Розробка сценарію розвитку середовища. Розробка типового представлення об'єкту прогнозування. Побудова моделі прогнозованого об'єкту. Вибір відповідного методу прогнозування. Проведення прогнозного моделювання. Обґрунтування прогнозу та оцінка його достовірності. Аналіз результатів прогнозування. Вироблення рекомендацій для прийняття рішень. Експертиза та оцінка прогнозу. Корегування прогнозних рекомендацій.

Тема 5. Цінове середовище підприємств галузі

Поняття середовища. Економічне, природне, науково-технічне, соціокультурне, політико-правове та міжнародне середовища підприємств. Поняття галузі та середовища підприємств галузі. Цінове середовище – важливіша підмножина економічного середовища підприємств галузі. Елементи цінового середовища підприємства галузі.

Тема 6. Формування цінового середовища підприємств галузі

Чинники, що впливають на формування попиту на ринку (уподобання споживачів, чисельність споживачів на ринку, доходи споживачів, ціни на товари субститути та супутні товари, споживчі очікування щодо майбутніх цін та доходів). Чинники, що впливають на формування пропозиції на ринку (ціни на ресурси, технології виробництва, податки та субсидії, ціни на інші товари, очікування щодо зміни цін,

чисельність продавців на ринку).

Тема 7. Прогнозування конкуренції – ключового чинника формування цінового середовища підприємств галузі

Аналіз п'яти сил Портера, що визначають стан конкуренції в галузі (суперництво між продавцями усередині галузі, фірми, що пропонують товари-замінники (субститути), можливість появи нових конкурентів усередині галузі, здатність постачальників сировини, матеріалів і комплектуючих, які використовуються фірмою, диктувати свої умови і здатність споживачів продукції фірми диктувати свої умови). Ідентифікація та оцінка маркетингових стратегій конкурентів.

Тема 8. Прогнозування середовища формування цін на продукцію підприємств галузі

Аналіз та прогнозування чинників, що впливають на формування попиту і пропозиції на продукцію підприємства. Аналіз та прогноз конкуренції.

Тема 9. Прогнозування середовища формування цін на покупні матеріальні ресурси підприємств галузі

Аналіз та прогнозування чинників, що впливають на формування попиту і пропозиції на покупні ресурси підприємства. Аналіз та прогноз конкуренції.

Тема 10. Прогнозування зміни умов формування цін на природні ресурси, використовувані підприємствами галузі

Чинники, що впливають на формування цін на природні ресурси, використовувані підприємствами галузі. Оцінка чинників, що ведуть до зростання ефективності використання природних ресурсів чи їх заміни. Оцінка чинників, що ведуть до виснаження та/чи зростання цін на природні ресурси.

Тема 11. Прогнозування середовища формування вартості робочої сили

Аналіз стану та тенденцій на ринку робочої сили. Прогнозування вартості робочої сили.

Тема 12. Використання методів індивідуальних експертних оцінок при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємства

Метод інтерв'ю. Метод аналітичних записок. Метод побудови сценаріїв.

Тема 13. Використання методів колективних експертних оцінок при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємства

Метод мозкової атаки. Метод комісій. Метод Дельфі. Метод дерева цілей. Матричний метод.

Тема 14. Використання методів прогнозої екстраполяції при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємства

Прості методи екстраполяції (екстраполяція на основі середнього рівня ряду, екстраполяція за середнім абсолютним приростом, екстраполяція за середнім темпом зростання). Складні методи екстраполяції (метод найменших квадратів та адаптивні методи (метод плинних середніх, метод експоненціального згладжування, метод гармонійних ваг, метод авторегресії).

Тема 15. Використання методів моделювання при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємства

Структурне моделювання. Імітаційне моделювання. Сіткове моделювання. Статистичне моделювання.

Тема 16. Гносеологічні обмеження наукового прогнозування цінового середовища розвитку підприємства

Координуюча роль підприємництва та конкуренції. Роль конкуренції у відкритті неявного знання. Практична неможливість навчання підприємництву. Постійна мінливість ринкового середовища внаслідок невпинної підприємницької діяльності. Австрійська економічна школа про неможливість точних наукових передбачень, у тому числі на основі застосування математичних методів.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	ср		л	п	лаб	інд	ср
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Прогнозна функція та зміст підприємницької діяльності	6	2	2			2	4	1				3
Тема 2. Методологічні основи прогнозування	6	2	2			2	6	1				5
Тема 3. Методи прогнозування	4	2				2	5					5
Тема 4. Основні етапи прогнозування	4	2				2	5					5
Тема 5. Цінове середовище підприємств галузі	4	2				2	5					5
Тема 6. Формування цінового середовища підприємств галузі	6	2	2			2	6	1	1			4
Тема 7. Прогнозування конкуренції – ключового чинника формування цінового середовища підприємств галузі	6	2	2			2	6	1	1			4
Тема 8. Прогнозування середовища формування цін на продукцію підприємств галузі	8	2	2			4	8	1	1			6
Тема 9. Прогнозування середовища формування цін на покупні матеріальні ресурси підприємств галузі	6	2				4	5	1				4
Тема 10. Прогнозування зміни умов формування цін на природні ресурси, використовувані підприємствами галузі	6	2				4	5	1				4
Тема 11. Прогнозування середовища формування вартості робочої сили	4	2				2	5	1				4
Тема 12. Використання методів індивідуальних експертних оцінок при прогнозуванні цінового середовища	4	2				2	5	1				4

розвитку підприємства												
Тема 13. Використання методів колективних експертних оцінок при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємства	6	2	2			2	6	1	1			4
Тема 14. Використання методів прогнозної екстраполяції при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємства	8	2	2			4	8	1	1			6
Тема 15. Використання методів моделювання при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємства	8	2	2			4	8	1	1			6
Тема 16. Гносеологічні обмеження наукового прогнозування цінового середовища розвитку підприємства	4	2				2	3					3
Усього годин	90	32	16			42	90	12	6			72

5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	<i>не передбачено навчальним планом</i>	

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	2	3	4
1	Прогнозна функція та зміст підприємницької діяльності	2	2
2	Методологічні основи прогнозування	2	
3	Чинники формування цінового середовища підприємств галузі	2	
4	Прогнозування конкуренції – ключового чинника формування цінового середовища підприємств галузі	2	2
5	Прогнозування середовища формування цін на продукцію підприємств галузі	2	
6	Прогнозування середовища формування цін на використовувані ресурси підприємствами галузі	2	
7	Використання методів інтуїтивно-логічних методів при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємства	2	2
8	Використання формалізованих методів при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємств	2	
	Разом	16	6

7. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	<i>не передбачено навчальним планом</i>	

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Прогнозна функція та зміст підприємницької діяльності	2	3
2	Методологічні основи прогнозування	2	5
3	Методи прогнозування	2	5
4	Основні етапи прогнозування	2	5
5	Цінове середовище підприємств галузі	2	5
6	Формування цінового середовища підприємств галузі	2	4
7	Прогнозування конкуренції – ключового чинника формування цінового середовища підприємств галузі	2	4
8	Прогнозування середовища формування цін на продукцію підприємств галузі	4	6
9	Прогнозування середовища формування цін на покупні матеріальні ресурси підприємств галузі	4	4
10	Прогнозування зміни умов формування цін на природні ресурси, використовувані підприємствами галузі	4	4
11	Прогнозування середовища формування вартості робочої сили	2	4
12	Використання методів індивідуальних експертних оцінок при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємства	2	4
13	Використання методів колективних експертних оцінок при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємства	2	4
14	Використання методів прогнозної екстраполяції при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємства	4	6
15	Використання методів моделювання при прогнозуванні цінового середовища розвитку підприємства	4	6
16	Гносеологічні обмеження наукового прогнозування цінового середовища розвитку підприємства	2	3
	Разом	42	72

9. Індивідуальні завдання

Індивідуальне завдання є видом позааудиторної самостійної роботи аспіранта навчального чи навчально-дослідницького характеру, яке може виконуватися в процесі вивчення програмного матеріалу навчальної дисципліни "Прогнозування цінового середовища розвитку підприємств" за ініціативою аспіранта. У разі виконання аспірантами індивідуального завдання, час, задіяний на його виконання, включається у обсяг самостійної роботи з відповідним корегуванням його структури.

Метою виконання індивідуального завдання є набуття аспірантом навиків трансформування теоретичних знань з прогнозування ринкового середовища у здійснення прикладних досліджень. Оцінка за індивідуальне завдання є складовим елементом підсумкової оцінки з дисципліни.

10. Методи навчання

Основними методами навчання, які використовують в процесі викладання навчальної дисципліни "Прогнозування цінового середовища розвитку підприємств" є:

- метод передачі та сприйняття навчальної інформації, пробудження наукового інтересу (лекції, ілюстрації, презентації);

- метод практичного засвоєння курсу шляхом обговорення програмного матеріалу з врахуванням завдань для самостійної роботи, а також дискусійних та проблемних питань за темою практичного заняття, з метою набуття умінь і практичних навичок (практичні заняття);

- метод роботи в групах допомогою для вирішення конкретних завдань та ситуацій;

- метод самостійного засвоєння аспірантами навчального матеріалу шляхом самостійного опрацювання базової літератури та додаткових джерел інформації (в т.ч. законодавчих актів) з метою конкретизації й поглиблення базових знань, необхідних умінь та практичних навичок (самостійна робота);

- методи контролю змісту та якості виконаного індивідуального завдання (практичні заняття та самостійна робота).

11. Методи контролю

Для визначення рівня засвоєння аспірантами навчального матеріалу використовуються такі методи оцінювання знань:

- оцінювання рівня підготовки до практичного заняття, в т.ч. з врахуванням додаткової літератури, а також активності під час його проведення;
- оцінювання презентації результатів роботи в групах;
- оцінювання індивідуального завдання.

Для діагностики знань використовується 100-бальна шкала.

Усі форми контролю включено до 100-бальної шкали оцінювання знань.

12. Розподіл балів, що присвоюється аспірантам

Оцінювання знань аспірантів здійснюється за 100-бальною шкалою:

Засоби контролю	Кількість балів
Поточний контроль на семінарських заняттях	50
Презентація результатів роботи в групі	20
Індивідуальне завдання	30

При оформленні документів за екзаменаційну сесію використовується таблиця відповідності оцінювання знань аспірантів за різними системами.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
81-89	B	добре	
71-80	C		

61-70	D	задовільно	
51-60	E		
0-50	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання

13. Методичне забезпечення

Методичне забезпечення навчальної дисципліни "Прогнозування цінового середовища розвитку підприємств" включає:

- 1) опорний конспект лекцій;
- 2) рекомендована література, яка містять методичні матеріали, а також практичні завдання для самостійної роботи аспіранта.

14. Рекомендована література

Базова

1. Антохонова И.В. Методы прогнозирования социально-экономических процессов: Учебное пособие. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2004.
2. Веббер Р.А. Основы управления организациями / Р.А. Веббер. — М.: Наука, 2003. — 569 с.
3. Гриффин Р.В. Основы управления организациями / Р.В. Гриффин. — М.: Наука, 2001. — 602 с.
4. Дэй Д. Стратегический маркетинг. М.: Изд-во Эксмо, 2003. - 640 с.
5. Єріна А.М. Статистичне моделювання та прогнозування, Навчальний посібник. / А. М. Єріна – К.: КНЕУ, 2001. – 170 с.
6. Энтов Р., Дробышевский В., Носко С., Юдин А. Эконометрический анализ динамических рядов основных макроэкономических показателей. М.: ИЭПП, 2001.
7. Китаев Н.Н. Групповые экспертные оценки. — М.: Знание, 1975. – 64 с.
8. Клебанова Т.С., Иванов В.В., Дубровина Н.А. Методы прогнозирования. Учебное пособие. – Харьков: Изд ХГЭУ, 2002. –372 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф.Котлер. – 11-е изд. – СПб: Питер, 2004. – 800 с.
- 10.Кревенс Д. Стратегический маркетинг. // пер. с англ. – М.: Изд. Дом "Вильямс", 2003. – 752 с.
- 11.Нанивская В.Г., Андрюкова И.В. Теория экономического прогнозирования: Учебное пособие.-Тюмень: Тюм ГНГУ, 2000.-98с.
- 12.Литвинчук С.Ю. Информационные технологии в экономике. Анализ и прогнозирование временных рядов с помощью Excel: учебное пособие // С.Ю. Литвинчук – Нижегород. гос. архит.-строит. ун-т, Н.Новгород: ННГАСУ, 2010. – 78 с.

13. Лук'яненко І.Г., Жук В.М. Аналіз часових рядів. Частина перша: Побудова ARIMA, ARCH/GARCH моделей з використанням пакету E.Views 6.0. / Лук'яненко І.Г., Жук В.М. – К.: НАУКМА, 2013. – 188с.
14. Саати Т., Кернс К. Аналитическое планирование. Организация систем: Пер. с англ. – М.: Радио и связь, 1991. – 224с.
15. Тихонов Э.Е. Методы прогнозирования в условиях рынка: учебное пособие. / Тихонов Э.Е. – Невинномысск, 2006. – 221 с.
16. Четыркин Е.М. Статистические методы прогнозирования. — М.: Статистика, 1977. — 200 с.

Допоміжна

17. Айвазян С.А., Мхитарян В.С. Прикладная статистика и основы эконометрики. / Айвазян С.А., Мхитарян В.С. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 1000 с.
18. Бешелев С.Л., Гурвич Ф.Г. Математико-статистичні методи експертних оцінок. - М.: Статистика, 1980.
19. Бокс Дж., Дженкинс Г. Анализ временных рядов. Прогноз и управление / Бокс Дж., Дженкинс Г. – М.: Мир, 1994 г. – 425 с.
20. Канторович Г.Г. Анализ временных рядов / Г.Г. Канторович // Экономический журнал ВШЭ. 2002. № 1. С. 85-16.
21. Канторович Г.Г. Анализ временных рядов / Г.Г. Канторович // Экономический журнал ВШЭ. 2002. № 2. С. 251–273
22. Котлер Ф., Армстронг Г. и др. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е европ. изд. - .К.; М.; СПб: Издат. дом «Вильямс», 1998. – 1056с.
23. Маркетинговий менеджмент. [Текст]: навч. посібник / Л.В. Балабанова [та ін.] – 2-ге вид., переробл. і доп. – Донецьк: Дон ДУЕТ, 2002. – 290 с.
24. Макроекономічне моделювання та прогнозування. За ред. Крюкової І. Харків, 2000.
25. Статистическое моделирование и прогнозирование: Учебное пособие / Под ред. А.Г. Гранберга. - М.: Финансы и статистика, 1990.

- 26.Цыгичко Д. Основы прогнозирования систем. — М.: Финансы и статистика, 1986.— 416 с.
- 27.Ширяев А.Н. Основы стохастической финансовой математики. Том 1. Факты. Модели. / А. Н. Ширяев – М., Фазис, 1998. – 512с.

15. Інформаційні ресурси

1. Інтернет_ресурс.

Розробник



О.А. Біттер