

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра статистики, обліку та аудиту

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-педагогічної
роботи
Пантелеймонов А.В.

« _____ » _____ 2018 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

«Аналіз кон'юнктури ринку»

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти _____ другий (магістерський) _____

галузь знань _____ 05 «Соціальні та поведінкові науки» _____

спеціальність _____ 051 «Економіка» _____

освітня програма _____ «Бізнес-аналітика та міжнародна статистика» _____

спеціалізація _____ _____

вид дисципліни _____ за вибором _____

факультет _____ економічний _____

2018 / 2019 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою факультету

«22» червня 2018 року, протокол № 7

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Черненко Д. І., к. е. н., доцент кафедри статистики, обліку та аудиту

Програму схвалено на засіданні кафедри статистики, обліку та аудиту

Протокол від «21» червня 2018 року № 9

Завідувач кафедри статистики, обліку та аудиту

_____ (Соболев В. М.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Програму погоджено методичною комісією економічного факультету

Протокол від «21» червня 2018 року № 9

Голова методичної комісії економічного факультету

_____ (Євтушенко В. А.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Аналіз кон'юнктури ринку» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістра

спеціальності (напрямку) 051 «Економіка»

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни є формування системи знань і практичних навичок з економіко-статистичного аналізу та оцінювання загальноекономічної й товарної кон'юнктури ринку.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- формування знань з аналізу факторів формування кон'юнктури ринку, дослідження взаємозв'язків та взаємозалежностей кон'юнктурних процесів;
- набуття навичок моделювання та прогнозування економічної кон'юнктури;
- вироблення вміння використовувати отримані знання в практичній діяльності.

1.3. Кількість кредитів – 4

1.4. Загальна кількість годин – 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни

За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	1-й
Семестр	
2-й	2-й
Лекції	
16 год.	4 год.
Практичні, семінарські заняття	
16 год.	–
Лабораторні заняття	
–	–
Самостійна робота	
63 год.	91 год.
Індивідуальні завдання	
25 год.	

1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких *результатів навчання*:

знання:

- володіти понятійним апаратом в області аналізу й прогнозування кон'юнктури ринку;
- розуміти аналітичні можливості й передумови використання різних статистичних методів моделювання й прогнозування явищ і процесів у кон'юнктурних дослідженнях;
- розуміти особливості розрахунку основних показників ринкової кон'юнктури;

вміння:

- визначати й аналізувати кон'юнктуруоформуючі фактори, що зумовлюють ринкову ситуацію;
- демонструвати володіння методикою прогнозування ринкового попиту та пропозиції;
- демонструвати володіння методикою прогнозування кон'юнктури, оцінювати сезонні коливання і коригувати прогнози на сезонність;
- визначати вплив факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємства, адаптувати підприємство до швидкозмінного зовнішнього середовища;
- демонструвати володіння методикою визначення рівня ринкової концентрації та монополізації;
- проводити статистичний аналіз кон'юнктури ринку із використанням інформації міжнародних баз даних.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Теоретико-методологічні засади аналізу кон'юнктури ринку

Тема 1. Сутність економічних категорій дослідження кон'юнктури ринку

Поняття й сутність кон'юнктури ринку. Сутність й види економічної кон'юнктури. Етапи дослідження економічної кон'юнктури.

Тема 2. Інформаційне забезпечення дослідження кон'юнктури ринку

Класифікація інформації. Первинна та вторинна інформація. Класифікація методів збору інформації. Використання програмного забезпечення при проведенні аналізу кон'юнктури ринку.

Тема 3. Система показників дослідження кон'юнктури ринку

Система статистичних показників кон'юнктури ринку. Формування системи показників дослідження кон'юнктури ринку. Особливості розрахунку основних показників ринкової кон'юнктури.

Розділ 2. Методи аналізу кон'юнктури ринку

Тема 4. Методи оцінки концентрації ринку

Поняття, види конкуренції та ринкових структур. Поняття ринкової концентрації. Визначення рівня ринкової концентрації. Стандартний показник концентрації CR . Індекс Херфіндаля – Хіршмана.

Тема 5. Кон'юнктурні дослідження попиту та пропозиції

Економічна природа попиту та пропозиції. Динаміка попиту та пропозиції. Співвідношення попиту та пропозиції на окремих фазах економічного циклу. Статистичні методи оцінювання еластичності попиту та пропозиції. Поняття та види місткості товарного ринку. Основні методи визначення місткості товарного ринку.

Тема 6. Аналіз цінових показників кон'юнктури ринку

Роль і функції ціни на ринку. Класифікація цін як основа їхній диференційованого вивчення. Фактори ринкового ціноутворення. Основні методи ринкового ціноутворення.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Теоретико-методологічні засади аналізу кон'юнктури ринку												
Тема 1. Сутність економічних категорій дослідження кон'юнктури ринку	12	2	2	–	–	8	16,6	0,6		–	–	16
Тема 2. Інформаційне забезпечення дослідження кон'юнктури ринку	14	3	2	–	–	9	16,7	0,7		–	–	16
Тема 3. Система показників дослідження кон'юнктури ринку	14	3	2	–	–	9	16,7	0,7		–	–	16
Разом за розділом 1	40	8	6	–	–	26	50	2		–	–	48
Розділ 2. Методи аналізу кон'юнктури ринку												
Тема 4. Методи оцінки концентрації ринку	20	3	4	–	–	13	15,7	0,7		–	–	15
Тема 5. Кон'юнктурні дослідження попиту та пропозиції	19	3	4	–	–	12	14,7	0,7		–	–	14
Тема 6. Аналіз цінових показників кон'юнктури ринку	16	2	2	–	–	12	14,6	0,6		–	–	14
Разом за розділом 2	55	8	10	–	–	37	45	2	–	–	–	43
Курсова робота	25	–	–	–	–	25	25	–	–	–	–	25
Усього годин	120	16	16	–	–	88	120	4	–	–	–	116

4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Сутність економічних категорій дослідження кон'юнктури ринку	2
2	Тема 2. Інформаційне забезпечення дослідження кон'юнктури ринку	2
3	Тема 3. Система показників дослідження кон'юнктури ринку	2
4	Тема 4. Методи оцінки концентрації ринку	4
5	Тема 5. Кон'юнктурні дослідження попиту та пропозиції	4
6	Тема 6. Аналіз цінових показників кон'юнктури ринку	2
	Разом	16

5. Завдання для самостійної роботи

Самостійна робота студента включає: опрацювання навчального матеріалу, виконання індивідуальних завдань і науково-дослідної роботи.

Зміст самостійної роботи студента над кожною темою дисципліни визначається кількістю годин на підготовку до:

- 2 години на підготовку до кожної аудиторної лекції;
- 2–3 години на підготовку до кожного практичного заняття;
- 20–30 годин на підготовку до екзамену (по 4–5 години на кожну тему); (для заочної форми):
- 5 години на підготовку до кожної аудиторної лекції;
- 50–60 годин на підготовку до екзамену (по 9–10 години на кожну тему).

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи (назва теми)	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Тема 1. Сутність економічних категорій дослідження кон'юнктури ринку	8	16
2	Тема 2. Інформаційне забезпечення дослідження кон'юнктури ринку	9	16
3	Тема 3. Система показників дослідження кон'юнктури ринку	9	16
4	Тема 4. Методи оцінки концентрації ринку	13	15
5	Тема 5. Кон'юнктурні дослідження попиту та пропозиції	12	14
6	Тема 6. Аналіз цінових показників кон'юнктури ринку	12	14
	Разом	63	91

6. Індивідуальні завдання

Курсова робота – є обов’язковою частиною самостійної роботи студента і полягає в проведенні науково-дослідної роботи за обраним напрямком.

Курсова робота виконується згідно з «Методичними рекомендаціями до написання курсової роботи з навчальної дисципліни «Аналіз кон’юнктури ринку».

Курсова робота – самостійна наукова робота студента, метою написання якої є поглиблення та узагальнення знань, отриманих студентом за час навчання, їх застосування до комплексного вирішення конкретної професійної задачі, формування уміння самостійно працювати навчальною та науковою літературою, обробляти статистичні дані, користуватися комп’ютерною технікою. Серед навчальних задач, які вирішуються в ході написання курсової роботи є розвиток навиків оформлення результатів наукових досліджень у відповідності до вимог, встановлених стандартами навчального закладу та ДСТУ, розвиток навиків пошуку, систематизації та обробки інформації у відповідності з метою та задачами дослідження, формування творчого підходу до вирішення науково-практичних задач.

Студенти обирають напрям дослідження кон’юнктури ринку за власним бажанням, але відповідно до рекомендованої тематики. За погодженням із викладачем студент може підготувати індивідуальне завдання на іншу тему, аніж запропоновані.

Можливі напрями статистичного дослідження кон’юнктури ринку для виконання науково-дослідного завдання:

1. Статистичний аналіз кон’юнктури ринку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в Україні.
2. Статистичний аналіз кон’юнктури ринку продукції машинобудування в Україні.
3. Статистичний аналіз кон’юнктури ринку сільськогосподарських машин в Україні.
4. Статистичний аналіз кон’юнктури ринку палива та пально-мастильних матеріалів в Україні.
5. Аналіз кон’юнктури ринку газу в Україні.
6. Аналіз кон’юнктури ринку м’яса в Україні.
7. Статистичний аналіз кон’юнктури ринку молочної продукції в Україні.
8. Статистичний аналіз кон’юнктури ринку цукру в Україні.
9. Аналіз кон’юнктури ринку олії в Україні.
10. Аналіз кон’юнктури ринку хліба та хлібобулочних виробів в Україні.
11. Статистичне дослідження кон’юнктури ринку продукції рослинництва в Україні.
12. Аналіз кон’юнктури ринку будівництва в Україні.
13. Статистичний аналіз кон’юнктури ринку будівельних матеріалів в Україні.
14. Статистичний аналіз кон’юнктури ринку керамічної плитки в Україні.
15. Статистичний аналіз кон’юнктури ринку транспортних послуг в Україні.

16. Статистичний аналіз кон'юнктури ринку комп'ютерної техніки в Україні.

17. Статистичний аналіз кон'юнктури ринку послуг зв'язку в Україні.

18. Статистичний аналіз кон'юнктури ринку автомобільних шин в Україні.

19. Статистичне дослідження кон'юнктури фінансового ринку України.

20. Статистичне вивчення кон'юнктури фармацевтичного ринку в Україні.

21. Статистичний аналіз кон'юнктури ринку банківських послуг в Україні.

22. Статистичний аналіз кон'юнктури ринку страхових послуг в Україні.

22. Статистичний аналіз кон'юнктури ринку ковбасних виробів в Україні.

23. Статистичний аналіз кон'юнктури ринку риби та морепродуктів в Україні.

24. Статистичний аналіз кон'юнктури ринку кондитерських виробів в Україні.

25. Статистичний аналіз кон'юнктури ринку безалкогольних напоїв в Україні.

Написання курсової роботи з навчальної дисципліни «Аналіз кон'юнктури ринку» спонукає ґрунтовно вивчати спеціальні наукові видання вітчизняних і зарубіжних авторів, у яких розглядаються питання пов'язані з дослідженням кон'юнктури ринку.

Курсова робота оцінюється за критеріями:

- самостійності виконання;
- логічності та послідовності викладення матеріалу;
- деталізації плану;
- повноти та глибини розкриття теми, аналітичної частини;
- наявності ілюстрацій (таблиці, рисунки, схеми і т. д.);
- кількості використаних джерел;
- використання статистичної інформації, додаткових літературних джерел та ресурсів мережі Інтернет;
- відображення практичного досвіду;
- обґрунтованості висновків;
- наявності конкретних пропозицій і прогнозів з обов'язковим посиланням на використані літературні джерела;
- якості оформлення, презентації та захисту курсової роботи.

7. Методи контролю

Оцінювання знань, умінь та навичок студентів включає ті види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни «Аналіз кон'юнктури ринку» передбачають лекційні, практичні заняття, самостійну роботу та виконання курсової роботи.

Перевірка та оцінювання знань студентів проводиться в наступних формах:

- оцінювання роботи і знань студентів під час практичних занять;
- оцінювання виконання та захист курсової роботи;
- складання екзамену.

Поточне оцінювання знань студентів здійснюється під час проведення практичних, і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Об'єктами поточного контролю є:

- активність та результативність роботи студента протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни;
- відвідування занять;
- виконання індивідуального науково-дослідного завдання;
- складання проміжного контролю за розділом.

Контроль систематичного виконання самостійної роботи та активності на практичних заняттях проводиться за такими критеріями:

- розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни;
- ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;
- уміння поєднувати теорію із практикою при розгляді практичних ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків при виконанні індивідуальних завдань, та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- оволодіння методами економіко-статистичної обробки даних із використанням комп'ютерних технологій;
- логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

Оцінювання знань студента під час виконання завдань для самостійної роботи проводиться за чотирирівневою шкалою.

Оцінка «відмінно» ставиться за умови відповідності виконаного завдання студента або його усної відповіді до всіх зазначених критеріїв. Відсутність тієї чи іншої складової знижує оцінку.

При оцінюванні практичних занять увага приділяється також їх якості та самостійності, своєчасності здачі виконаних завдань викладачу (згідно з графіком навчального процесу). Якщо якась із вимог не буде виконана, то оцінка буде знижена.

Проміжний контроль рівня знань передбачає виявлення опанування студентом лекційного матеріалу та вміння застосування його для вирішення практичної ситуації й проводиться у вигляді тестування. При цьому тестове завдання може містити як запитання, що стосуються суто теоретичного матеріалу, так і запитання, спрямовані на вирішення невеличкого практичного завдання.

Підсумковий контроль передбачає складання екзамену з усього курсу.

8. Схема нарахування балів

Структура засобів контролю та розподіл балів із дисципліни «Аналіз кон'юнктури ринку» наведена нижче.

Структура засобів контролю з навчальної дисципліни

Назви Розділів і тем		Види та засоби контролю	Розподіл балів
Розділ 1. Теоретико-методологічні засади аналізу кон'юнктури ринку	Тема 1. Сутність економічних категорій дослідження кон'юнктури ринку	<i>Тестування</i>	5
	Тема 2. Інформаційне забезпечення дослідження кон'юнктури ринку	<i>Тестування</i>	5
	Тема 3. Система показників дослідження кон'юнктури ринку	<i>Тестування, задача</i>	5
Розділ 2. Методи аналізу кон'юнктури ринку	Тема 4. Методи оцінки концентрації ринку	<i>Тестування, задача</i>	5
	Тема 5. Кон'юнктурні дослідження попиту та пропозиції	<i>Тестування, задача</i>	5
	Тема 6. Аналіз цінових показників кон'юнктури ринку	<i>Тестування, задача</i>	5
Курсова робота			30
Підсумковий контроль знань		<i>Екзамен</i>	40
Разом за семестр			100

Узагальнена схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання						Курсова робота, передбачена навчальним планом	Разом	Екзамен	Сума
Розділ 1			Розділ 2						
T1	T2	T3	T4	T5	T6				
5	5	5	5	5	5	30	60	40	100

T1, T2 ... – теми розділів.

Підсумковий контроль за курсом – у формі екзамену.

До складання екзамену допускають студентів, що мають задовільну кількість балів із складених тестів з основних навчальних елементів (написання та захисту індивідуального розрахункового завдання) та інших завдань,

передбачених програмою дисципліни.

Екзамен здійснюють за екзаменаційними білетами, які містять чотири завдання (два теоретичних питання, одне практичне завдання - задача і тести) (рис. 1). Вони дають можливість здійснити оцінювання знань студента за дисципліною.

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна	
Факультет	<u>економічний</u>
Спеціальність (напрямок)	051 « <u>Економіка</u> »
Спеціалізація	Семестр 2
Форма навчання	<u>денна</u>
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень): <u>магістр</u>	
Навчальна дисципліна: « Аналіз кон'юнктури ринку »	
ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1*	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття і сутність кон'юнктури ринку. 2. Фактори формування кон'юнктури. Їх класифікація. 3. Задача. 4. Тести. 	
Затверджено на засіданні кафедри статистики, обліку та аудиту __	
Протокол №__ від «__» _____ 20__ року	
Завідувач кафедри _____ (підпис)	Соболєв В.М. (прізвище та ініціали)
Екзаменатор _____ (підпис)	Черненко Д.І. (прізвище та ініціали)
* За завдання 1 і 2 – по 7 балів, за завдання 3 – 16 балів, за завдання 4 – 10 балів. Всього – 40 балів .	

Рисунок 1– Зразок екзаменаційного білету

Критерії оцінок на екзамені:

Оцінювання знань студента проводиться за чотирирівневою шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно). За екзамен студент може отримати максимум 40 балів:

1. Для отримання оцінки «відмінно» (35–40 балів) студент повинен:
 - укластися у встановлений строк підготовки відповіді;
 - викласти теоретичний матеріал чітко, коротко, зв'язно й обґрунтовано;
 - навести вірне рішення задачі та тестів.
2. Для одержання оцінки «добре» (25–34 бала) студент повинен:
 - укластися у встановлений строк підготовки відповіді;
 - викласти теоретичний матеріал зв'язно й обґрунтовано;
 - навести вірне рішення задачі;
 - можливі помилки у відповідях на тести.
3. Для отримання оцінки «задовільно» (15–24 бала) студент повинен:
 - викладати теоретичний матеріал у доступній для розуміння формі;
 - можливі помилки при розв'язанні задачі та в тестах.

4. Оцінку «незадовільно» (1–14 балів) отримують студенти, відповіді яких можуть бути оцінені нижче вимог, сформульованих у попередніх пунктах.

Кожне завдання екзамену оцінюється окремо. Загальна оцінка дорівнює середній арифметичній із суми оцінок кожного завдання. Якщо одна з оцінок «незадовільно», то загальна оцінка не може бути вищою за «задовільно».

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни «Аналіз кон'юнктури ринку» визначається як загальна оцінка, яка враховує оцінки з кожного виду контролю (оцінки проміжного контролю за роботу протягом семестру та оцінка за результатами підсумкового екзамену).

У відповідності до набраних студентом балів оцінка знання матеріалу проводиться за чотирирівневою системою згідно з Методикою переведення показників успішності знань студентів.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90–100	відмінно	зараховано
70–89	добре	
50–69	задовільно	
1–49	незадовільно	не зараховано

9. Рекомендована література

Основна література

1. Дейан А. Изучение рынка ; пер. с фр., предисл. С. Г. Божук. СПб. : Нева, 2003. 119 с.

2. Економічна статистика : навчальний посібник / В. М. Соколов, Т. Г. Чала, О. С. Корепанов та ін. ; за ред. В. М. Соколова. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 388 с.

3. Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку. К.: Знання, 2001. 215 с.

4. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку : підручник. Х. : ХНАМГ, 2010. 249 с.

5. Статистичний моніторинг кон'юнктури ринку та оцінка ефективності функціонування підприємств на ринку товарів і послуг. Методологія статистичного забезпечення розвитку регіону: моногр. // О. В. Самоєнкова ; за заг. ред. канд. екон. наук, проф. А. З. Підгорного. – О. : Атлант, 2012. – 303 с.

6. Charry K., Coussement K., Demoulin N., Heuvinck N. Marketing Research with IBM® SPSS Statistics: A Practical Guide. Routledge, 2016. 264 p.

7. Faarup P. K. Market Research and Statistics. Academica, 2010. 182 p.

Допоміжна література

1. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учеб. пособ. М.: Финансы и статистика, 2004. 320 с.
2. ДСТУ 3008:2015. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 26 с.
3. ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 17 с.
4. Економічна статистика : підручник : у 2 ч. Ч. 1. Макроекономічна статистика / І. Г. Манцуров, А. М. Єріна, О. К. Мазуренко та ін. ; за наук. ред. чл.-кор. НАНУ І. Г. Манцуrowa. К. : КНЕУ, 2013. 325 с.
2. Єріна А. М., Пальян Статистика : підручник. К : КНЕУ, 2010. 351 с.
3. Єріна А. М., Єрін Д. Л. Статистичне моделювання та прогнозування : підручник. К. : КНЕУ, 2014. 348 с.
4. Кулинич О. І., Кулинич Р. О. Теорія статистики: підручник. 5-те вид. перероб. і доп. К. : Знання, 2010. 239 с.
5. Рождественська Л. Г. Статистика ринку товарів і послуг : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2005 419 с.
6. Статистика: навчально-методичний посібник / О. С. Корепанов та ін. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2014. 154 с.
7. Статистика ринків: підруч. для вищ. навч. закл. ДАСОА Держкомстату України ; наук. ред. Н. О. Парфенцева. К. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2007. 863 с.
8. Статистика рынка товаров и услуг : учебн.-практ. пособ. / И. К. Беляевский и др. М. : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2006. 143 с.
9. Черненко Д. І. Статистичне оцінювання кон'юнктури ринку лабораторних медичних послуг в Україні : канд. екон. наук : 08.00.10 / Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2015.

10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. Деловой информационно-новостной сайт Дело. URL: <https://delo.ua> (дата звернення: 01.09.2018).
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.09.2018).
3. Методичні рекомендації до написання курсової роботи з навчальної дисципліни «Аналіз кон'юнктури ринку» / Т. Г. Чала Т. Г., Д. І. Черненко, Г. С. Корепанов. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. 26 с.
4. Черненко Д. І. Статистичне оцінювання рівня концентрації приватного сектора ринку лабораторних медичних послуг в Україні // Бізнес Інформ. 2016. № 5. С. 147–153.

5. Чала Т. Г., Корепанов Г. С., Черненко Д. І. UN Comtrade Database як інформаційне джерело наукових досліджень з міжнародної торгівлі товарами країн Європейського Союзу // Бізнес Інформ. 2016. № 11. С. 48–53.

6. Черненко Д. І. Система показників статистичного оцінювання ринкової кон'юнктури // Бізнес Інформ. 2017. № 4. С. 262–268.

7. Metadata Classifications. RAMON – Reference And Management Of Nomenclatures // Eurostat. European Commission. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/index.cfm?TargetUrl=DSP_PUB_WELC (дата звернення: 01.09.2018).

8. WTO Statistics Database // World Trade Organization (WTO) URL: <http://stat.wto.org/Home/WSDBHome.aspx?Language=E> (дата звернення: 01.09.2018).

9. UN Comtrade Database // United Nations. URL: <http://comtrade.un.org> (дата звернення: 01.09.2018).