



СИЛАБУС

навчальної дисципліни (обов'язкова)

Інфраструктура товарного ринку

Обсяг освітнього компоненту: кількість годин – 105; кредитів – 3,5.

Вид контролю – екзамен.

Освітня програма «Маркетинг»
першого рівня вищої освіти
Спеціальність – 075 «Маркетинг»

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА



ЛИФАР ВЛАДИСЛАВА ВІТАЛІЇВНА,
доктор економічних наук, професор

Контактна інформація:

- номер телефону: (067)947-07-27;
- e-mail: lyfarvlada@gmail.com;
- навчальний корпус та номер аудиторії: головний корпус, ауд. 281

Час і місце проведення консультацій:

згідно з розкладом консультацій, головний корпус
Університету, ауд.265

ОПИС КУРСУ

Дисципліна вивчається на третьому курсі підготовки бакалаврів. Вивчення дисципліни ґрунтується на знаннях мікроекономіки, макроекономіки, маркетингу, основах бізнесу, економіці підприємства. Знання, здобуті при вивченні цієї дисципліни, є доцільними для вивчення наступних дисциплін: «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова політика розподілу».

Майбутньому фахівцеві варто вивчити саме цю навчальну дисципліну, оскільки без розуміння основ інфраструктури товарного ринку, його складових, без знань щодо особливостей функціонування суб'єктів інфраструктури товарного ринку та їх впливу на підприємницьку діяльність, на сферу обігу в ринкових умовах неможливо бути професіоналом у сфері маркетингу, управляти комерційною діяльністю підприємства та приймати обґрунтовані управлінські рішення.



МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

1. *Мета дисципліни:* засвоєння знань з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку, забезпечення достатнього рівня компетентностей у прийнятті оптимальних управлінських рішень з питань взаємодії суб'єктів підприємництва з елементами ринкової інфраструктури; управління діяльністю підприємства в галузі просування, зберігання та продажу товарів і послуг, забезпечення потреб споживача.

Завдання дисципліни: надання знань щодо сутності інфраструктури товарного ринку та її ролі у ринковій економіці, вивчення існуючих елементів ринкової інфраструктури, особливостей їх функціонування та впливу на суб'єкти підприємництва, організації та планування діяльності інфраструктурних підприємств на ринку, системи показників інфраструктури товарного ринку та методи їх розрахунку.

2. Компетентності та результати навчання, формування яких забезпечує вивчення дисципліни.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен отримати

загальні компетентності:

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків;

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

ЗК11. Здатність працювати в команді;

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті;

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

фахові компетентності:

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій



маркетингової діяльності.

результати навчання:

РНЗ. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

РН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

РН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами для вивчення дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» є знання дисциплін «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Маркетинг», «Економіка підприємства», «Основи бізнесу».

ПЕРЕЛІК ТЕМ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1 – Загальний тематичний план аудиторної роботи

Номер тижня	Теми та зміст лекцій	Годин
1	2	3
Змістовий модуль 1. Сутність, завдання та проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку.		
1	Тема 1. Сучасна характеристика товарного ринку. Поняття, економічний зміст та класифікація ринків. Основні функції та особливості товарного ринку. Суб'єкти й предмет товарного ринку. Ознаки класифікації товарних ринків. Особливості дослідження товарних ринків. Параметри та атрибути товарного ринку. Класифікація товарів як головного атрибуту товарного ринку. Механізм функціонування товарного ринку. Форми й методи регулювання товарного ринку. Характеристика товарного ринку на сучасному етапі розвитку ринкової економіки.	2
2	Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад та проблеми розвитку. Генезис поняття «інфраструктура». Сутність інфраструктури товарного ринку та її місце в ринковій системі. Елементи інфраструктури товарного ринку та їх характеристика. Роль і функції інфраструктури товарного ринку. Показники ринкової інфраструктури: види й класифікація. Проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку.	2
3	Тема 3. Макроорганізація оптової торгівлі. Сутність та місце оптової торгівлі в ринковому процесі. Функції оптової торгівлі. Форми та рівні організації оптової торгівлі. Характеристика основних видів оптової торгівлі. Методи оптового продажу товарів, особливості кожного з методів. Макроекономічні показники оптової торгівлі. Особливості оптової торгівлі продукцією виробничо-технічного призначення.	2



4	Тема 4. Підприємства оптової торгівлі. Види й організаційно-правові форми підприємств оптової торгівлі. Загальна характеристика діяльності підприємств оптової торгівлі. Основні види оптових посередників та їх характеристики. Організація оптової закупівлі товарів. Оптовий продаж товарів. Послуги підприємств оптової торгівлі. Показники діяльності підприємств оптової торгівлі та методи визначення їх ефективності.	2
5	Тема 5. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку. Сутність, основні принципи торговельно-посередницької діяльності. Суб'єкти, предмет і продукти посередницької діяльності. Види та форми торговельно-посередницької діяльності, ознаки класифікації. Головні задачі та функції торговельно-посередницької діяльності. Поняття товарообміну. Збутові мережі та канали розподілу. Їх загальна класифікація. Ціни на продукцію торговельно-посередницької діяльності.	2
6	Тема 6. Принципи й особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку. Форми організації посередницької діяльності: законодавчі аспекти роботи посередників на товарному ринку. Види угод та відповідальність сторін при посередницькій діяльності у сфері товарообігу. Місце маркетингових посередників у системі розподілу продукції. Основні типи посередників та особливості їх роботи на товарному ринку. Обґрунтування рішення щодо вибору посередників. Організація роботи посередників. Винагорода й мотивація посередників.	4
7		
Змістовний модуль 2. Організаційні аспекти роботи на товарному ринку.		
8	Тема 7. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність. Сутність та призначення інформаційної й організаційно-комерційної діяльності. Інформаційні продукти і послуги. Організаційно-комерційні послуги: види, організація надання. Місце та роль інформаційно-консультаційних центрів на товарному ринку. Завдання та функції маркетингово-збутових центрів. Ефективність інформаційних та організаційно-комерційних послуг.	2
9	Тема 8. Роздрібна торгівля. Сутність та особливості роздрібною торгівлі у системі маркетингу. Функції роздрібною торгівлі. Нормативно-правові засади діяльності суб'єктів роздрібною торгівлі. Види і типи роздрібних торговельних підприємств. Склад та структура роздрібного товарообігу. Основні принципи розміщення роздрібною торговельної мережі. Маркетингові рішення роздрібною торгівлі (про товарний інструмент та комплекс послуг; про ціни; про управління товарними запасами; про рекламу). Організація завою товарів в роздрібні торговельні підприємства.	4
10		



11	Тема 9. Транспортно-експедиційна діяльність. Сутність транспортно-експедиційної діяльності. Види транспорту та їх характеристики. Основні критерії вибору транспорту. Визначення витрат транспортно-експедиційної діяльності. Транспортні тарифи. Методи й маршрути транспортування вантажів.	2
12	Тема 10. Організація біржової торгівлі. Сутність біржової торгівлі та її роль у ринковій економіці. Види бірж та правові засади їхньої діяльності. Функції товарних бірж. Біржові товари. Органи управління й структурні підрозділи товарних бірж. Організація торгових операцій на біржі та їх учасники. Види біржових угод. Сутність та основні види брокерської діяльності. Роль торгових тенденцій в біржовій торгівлі. Характеристики та головні тенденції розвитку товарних бірж в Україні на сучасному етапі.	2
13	Тема 11. Лізинг. Сутність лізингової (орендної) діяльності. Суб'єкти, об'єкт та предмет лізингової діяльності. Види лізингу й лізингових операцій. Сутність і послідовність здійснення лізингових угод. Нормативно-правова база відносин суб'єктів лізингу. Економічні засади лізингових угод.	2
14	Тема 12. Персональний продаж товарів та послуг. Сутність, форми та відмінності персонального продажу товарів. Управління персональним продажем. Основні етапи процесу персонального продажу та їх зміст. Торгові агенти та їх функції. Вимоги, що пред'являються до торгових агентів. Залучення і відбір торгових агентів. Організація роботи торгового агента.	2

РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ ДЖЕРЕЛА

Навчально-методичні матеріали:

1. Методичні вказівки до проведення семінарських занять та самостійної роботи з дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг») освітнього ступеня «Бакалавр» всіх форм навчання/ Укл. проф., д.е.н. В.В. Лифар. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2024. 36 с.

2. Лекційні матеріали з дисципліни «Інфраструктура товарного ринку».

Посилання на дисципліну в системі Moodle:

<https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=2201>

Літературні джерела:

1. Белявцев М.І., Шестопалова Л.В. Інфраструктура товарного ринку. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 416 с.

2. Валігурський Д.І. Організація комерційної діяльності в інфраструктурі ринку. Підручник для бакалаврів. 2019. 300 с.

3. Ємельянов С.А. ІТ-інфраструктура організації. Навчальний посібник. 2021. 146 с.



4. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібник / За ред. І.В.Сороки. К.: НМЦВО МОІН України, НВФ «Студцентр», 2002. 608 с.
5. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібник / О.В.Прокопенко, В.Ю.Школа, О.О.Дегтяренко, С.М.Махнуша. К.: Центр учбової літератури, 2007. 296 с.
6. Пилявець В.М., Озима В.В., Заруба В.П. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібник. К.: Аграрна освіта, 2015. 255с.
7. Савощенко А.С. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2005. 336 с.
8. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 320 с.
9. Шубіна О.О.Інфраструктура товарного ринку: Теоретичні засади: підручник. К.: Знання, 2009. 379 с.

ОЦІНЮВАННЯ

Підсумкова оцінка із дисципліни, яка виставляється в екзаменаційну відомість є сумою балів за різні види навчальної роботи.

Протягом семестру студент проходить два рубіжних контролі по 2-м змістовним модулям, кожний з яких оцінюється за 100-бальною шкалою. Студент може отримати екзаменаційну оцінку по дисципліні за результатами поточної роботи та рубіжних контролів відповідно.

Під час поточного контролю враховуються наступні види робіт та критерії оцінювання по ним (7 семінарських занять):

- підготовка доповіді на теоретичне питання (7 семінарів) оцінюється до 8 балів, всього 56 балів (максимально), підготовка презентації – до 10 балів, всього 70 балів (максимально); участь у дискусії та обговоренні – до 6 балів, всього 42 бали;
- виконання практичного завдання (4 завдання) – до 8 балів, всього 32 бали.

Підсумкова оцінка визначається як середня двох контролів за перший та другий змістовні модулі.

Студент також може отримати оцінку за результатами здачі екзамену. Екзаменаційний білет включає 8 тестових завдань (5 балів за кожну правильну відповідь) і три фахових питання (20 балів за кожне максимально).

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика дедлайнів. Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання Moodle), до яких має бути виконано певне завдання. За наявності поважних причин (відповідно до інформації, яку надано деканатом) здобувач вищої освіти має право на складання індивідуального графіку вивчення окремих тем дисципліни.

Допускається перезарахування результатів навчання, здобутих в межах неформальної та інформальної освіти. Зокрема, визнання результатів навчання онлайн курсів компанії Coursera в якості самостійної роботи.

Політика академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання.



При вивченні дисципліни політика дотримання академічної доброчесності визначається Кодексом академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка» https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf

Політика дотримання прав та обов'язків здобувачів вищої освіти. Права і обов'язки здобувачів вищої освіти відображено у п.7.5 Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Polozhennia_pro_organizatsiyu_osvitnoho_protsesu.pdf).

Політика конфіденційності та захисту персональних даних. Обмін персональними даними між викладачем і здобувачем вищої освіти в межах вивчення дисципліни, їх використання відбувається на основі закону України «Про захист персональних даних» (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>). Стаття 10, п. 3 «Використання персональних даних працівниками суб'єктів відносин, пов'язаних з персональними даними, повинно здійснюватися лише відповідно до їхніх професійних чи службових або трудових обов'язків. Ці працівники зобов'язані не допускати розголошення у будь-який спосіб персональних даних, які їм було довірено або які стали відомі у зв'язку з виконанням професійних чи службових або трудових обов'язків, крім випадків, передбачених законом. Таке зобов'язання чинне після припинення ними діяльності, пов'язаної з персональними даними, крім випадків, установлених законом».

Політика взаємоповаги та ефективної комунікації. Здобувач вищої освіти має бути терпимим і доброзичливим до однокурсників та викладачів.

ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДЛЯ РОБОТИ НА КУРСІ

Щоб мати доступ до навчально-методичних розробок курсу необхідно мати особистий доступ до університетської навчальної платформи Moodle.