

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Кафедра «Маркетинг та логістика»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан ФБТЕ

Олена ВАСИЛЬЄВА

« 29 » 05 2024 року



**ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

ОК 36 Інфраструктура товарного ринку

(шифр і назва навчальної дисципліни)

освітня програма Маркетинг  
(назва освітньої програми)  
спеціальність 075 Маркетинг  
(код і назва спеціальності)  
галузі знань 07 Управління та адміністрування  
(шифр і назва)  
ступінь вищої освіти бакалавр  
(назва ступеня вищої освіти)

2024 рік

програма з дисципліни Інфраструктура товарного ринку  
(назва навчальної дисципліни)

спеціальності 075 Маркетинг  
(код і найменування спеціальності)

освітня програма Маркетинг  
(назва освітньої програми)

Розробник (и): Лифар В.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри «Маркетинг та логістика»

(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

Програма погоджена:

Завідувач кафедри,

на якій виконується освітній компонент

Владислава ЛИФАР

29.08. 2024 р.

Гарант освітньої програми

Юлія СОКОЛОВА

29.08. 2024 р.

Схвалено науково-методичною комісією факультету бізнес-технологій та економіки  
(найменування факультету)

Протокол від «29» серпня 2024 року № 2

Голова науково-методичної комісії

Олена ВАСИЛЬОВА

29.08. 2024 р.

## 1. Опис навчальної дисципліни

Загальна характеристика

Обов'язковий освітній компонент	
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів	3,5	
Модулів	1	-
Змістових модулів	2	-
Семестр	6	6
Загальна кількість годин	105	
з них аудиторних:	42	8
<i>лекції</i>	28	6
<i>практичні</i>	-	-
<i>лабораторні</i>	-	-
<i>семінарські</i>	14	2
з них самостійної роботи:	63	67
Занять на тиждень	3	3
Індивідуальні завдання	-	Контрольна робота: 30 год.
Форма контролю	екзамен	

## 2. Мета навчальної дисципліни

**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.

**Предмет:** діяльність суб'єктів інфраструктури товарного ринку щодо забезпечення ефективного функціонування сфери обігу.

### **3. Завдання вивчення дисципліни**

**Завдання:** 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.

### **4. Пререквізити і постреквізити навчальної дисципліни**

**Пререквізити:** знання теоретичних основ маркетингу, основ бізнесу, менеджменту, економіко-математичних моделей та методів.

**Постреквізити:** дисципліна необхідна для вивчення дисципліни «Маркетингова товарна політика», «Інфраструктура товарного ринку», «Маркетингова політика розподілу».

### **5. Характеристика навчальної 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.

**спеціальні 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:**

РН3. 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.

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Очікувані результати навчання з дисципліни</b>
РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	Розуміти структуру товарного ринку, форми та методи регулювання товарного ринку; Знати роль і функції, класифікацію елементів інфраструктури товарного ринку; Вміти здійснювати вибір між об'єктами інфраструктури товарного ринку для цілей господарської діяльності; розуміти основи інформаційної та організаційно-комерційної діяльності, лізингової діяльності, біржової торгівлі; Вміти організовувати транспортно-експедиційну діяльність; персональний продаж товарів та послуг
РН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	Планувати та організовувати діяльність інфраструктурних підприємств на ринку; Здійснювати аналіз економічних показників інфраструктури товарного ринку
РН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	Володіти сучасними знаннями теорії та практики управління ринковими суб'єктами; розуміти принципи та особливості діяльності підприємств оптової і роздрібною торгівлі, торговельних посередників

ПРН	ЗК	СК
3	7, 13	4, 9, 10
14	4, 5, 7, 11	4, 14
16	4, 6, 14	4, 5, 14

## **6. Зміст навчальної дисципліни**

**Змістовий модуль 1. Сутність, завдання та проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку.**

### **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.

### **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.

### **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.

### **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.

### **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.

### **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.

## **Змістовий модуль 2. Організаційні аспекти роботи на товарному ринку.**

### **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.

### **Тема 8. Роздрібна торгівля.**

Сутність та особливості роздрібної торгівлі у системі маркетингу. Функції роздрібної торгівлі. Нормативно-правові засади діяльності суб'єктів роздрібної торгівлі. Види і типи роздрібних торговельних підприємств. Склад та структура роздрібного товарообігу. Основні принципи розміщення роздрібної торговельної мережі.

Маркетингові рішення роздрібної торгівлі (про товарний інструмент та комплекс послуг; про ціни; про управління товарними запасами; про рекламу). Організація заводу товарів в роздрібні торговельні підприємства.

#### **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.

#### **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.

#### **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.

#### **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.

## **7. Орієнтовний розподіл навчального часу**

Назви змістових модулів 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	
<b>Модуль 1</b>													
<b>Змістовий модуль 1. Сутність, завдання та проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку.</b>													
Тема 1. Сучасна характеристика товарного ринку	9	2	2			5	5						5
Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад та проблеми розвитку	9	2	2			5	6	1					5
Тема 3. Макроорганізація оптової торгівлі	7	2	-			5	5						5
Тема 4. Підприємства оптової торгівлі	9	2	2			5	6	1					5

Тема 5. Торговельно- посередницька діяльність на товарному ринку	9	2	2			5	6	1				5	
Тема 6. Принципи й особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку	9	4	-			5	5					5	
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	52	14	8			30	33	3				30	
<b>Змістовий модуль 2. Організаційні аспекти роботи на товарному ринку.</b>													
Тема 7. Інформаційна та організаційно- комерційна діяльність	7	2	-			5	6					6	
Тема 8. Роздрібна торгівля	11	4	2			5	9	1	2			6	
Тема 9. Транспортно- експедиційна діяльність	8	2	-			6	6					6	
Тема 10. Організація біржової торгівлі	9	2	2			5	7	1				6	
Тема 11. Лізинг	10	2	2			6	7					7	
Тема 12. Персональний продаж товарів та послуг	8	2	-			6	7	1				6	
Разом за змістовим модулем 2	53	14	6			33	42	3	2			37	
Контрольна робота							30					30	
<b>Усього годин</b>	105	28	14			63	105	6	2			30	67

## 8. Види навчальних занять та їх орієнтовний зміст

№з/п	Тема	Вид занять	Кількість годин
1	Сутнісна характеристика товарного ринку	<i>семінарське</i>	2
2	Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад та проблеми розвитку	<i>семінарське</i>	2
3	Оптова торгівля	<i>семінарське</i>	2
4	Торговельно-посередницька та посередницька діяльність на товарному ринку	<i>семінарське</i>	2
5	Роздрібна торгівля	<i>семінарське</i>	2



6	Організація біржової торгівлі	<i>семінарське</i>	2
7	Лізинг	<i>семінарське</i>	2

## 9. Форми та методи контролю

Згідно з Положенням про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка»<sup>1</sup>, контрольні заходи включають в себе вхідний, поточний, відстрочений, підсумковий та семестровий контроль, а також комплексні контрольні роботи та ректорські контрольні роботи.

Система контролю знань здобувачів вищої освіти з дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» включає в себе поточний та підсумковий контроль.

**Поточний контроль** проводиться під час аудиторних занять. Для здобувачів вищої освіти денної форми навчання поточний контроль та оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за наступними напрямками: робота на лекційних заняттях (участь в експрес-опитуванні (тестуванні), участь у навчальній дискусії); робота на семінарських та практичних заняттях (обговорення теоретичних питань, доповіді, презентації, тестування, вирішення практичних завдань). Результати поточного контролю (поточна успішність) є основною інформацією під час проведення екзамену і враховуються викладачем при визначенні результатів рубіжного контролю та підсумкової оцінки з дисципліни.

**Підсумковий контроль** з дисципліни проводиться з метою оцінювання результатів навчання на певному освітньому ступені або на окремих його завершених етапах за 100-бальною системою.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти. Семестровий контроль з дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» проводиться у формі екзамену в обсязі навчального матеріалу, визначеного програмою навчальної дисципліни, і в терміни, встановлені графіком освітнього процесу.

**Методи контролю.** Для студентів денної форми навчання: усне опитування на семінарських заняттях; виконання практичних завдань; виступи з доповідями, презентаціями; диспут у формі діалогу.

Для студентів заочної форми навчання: захист контрольної роботи.

## 10. Критерії оцінювання результатів навчання

Протягом семестру студент проходить два модульні 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 модульних 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.

<sup>1</sup> Положення про організацію освітнього процесу Національного університету «Запорізька політехніка» / Укладачі: В. Грешта та ін. НУ «Запорізька політехніка», 2024. 41 с.

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

Поточне тестування та самостійна робота											Підсумкова оцінка	Екзамен	
Змістовий модуль 1						Змістовий модуль 2						100+100/ 2=100	100
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12		
14	14	18	18	18	18	14	14	18	18	18	18		

T1, T2 ... T12 – теми змістових модулів.

Якщо здобувач вищої освіти не склав екзамен за поточними результатами та результатами модульного контролю, екзамен виставляється за результатами оцінювання екзаменаційного білету. Контрольні питання до екзамену розміщено в системі дистанційного навчання Moodle НУ «Запорізька політехніка»: <https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=2201>. Екзаменаційний білет включає 8 тестових завдань (5 балів за кожну правильну відповідь) і три фахових питання (20 балів за кожне максимально). Разом – 100 балів.

Шкалу оцінювання завдань екзаменаційного білету наведено у таблиці:

Вид завдання	Бали	Критерії оцінки
Тестові завдання: 5 балів максимум за кожне	5 балів	Надається чотири варіанти відповідей. Тільки одна є правильною.
Фахові питання : 3 питання по 20 балів максимум за кожне	15-20 балів	Здобувач вищої освіти володіє матеріалом в повному обсязі, вільно, самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичного питання. Відповідь на питання сформульовано в термінах науки, викладено літературною мовою, демонструє авторську позицію здобувача вищої освіти.
	10-14 балів	Здобувач вищої освіти не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.
	0-9 балів	Здобувач вищої освіти: - не володіє навчальним матеріалом; - не в змозі його викласти; - не розуміє змісту теоретичних питань

Контроль знань здобувачів вищої освіти *заочної форми навчання* здійснюється шляхом виконання та подальшого захисту контрольної роботи у вигляді відповідей на питання, що стосуються змісту роботи. Зміст завдань контрольної роботи можна знайти в системі дистанційного навчання НУ «Запорізька політехніка» у методичних вказівках з дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг»), які знаходяться в репозитарії університету або в системі Moodle за посиланням <https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=2201>.

Екзамен виставляється за результатами виконання екзаменаційного білету. До екзаменаційної відомості заносяться результати в балах за 100-бальною шкалою.

## Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену	для заліку
60 – 100	60 – 100	зараховано
1-59	незадовільно	не зараховано

## 11. 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](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](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.

## 12. Методичне забезпечення

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», 2023. 36 с.

2. Конспект лекцій з дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг») освітнього ступеня «Бакалавр». Посилання на дисципліну в системі Moodle: <https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=2372>

### 13. Перелік навчальної, наукової та довідкової літератури

#### Основна

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.

#### Допоміжна

1. Комерційна діяльність: підручник / За ред. проф. В.В. Апопія. Вид. 2-ге, перероб і доп. К.: Знання, 2008. 55с.
2. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія. Львів: ВЦ ЛНУ ім. І. Франка, 2015. 450с.
3. Маркетинг: Бакалаврський курс: навч. посібник / За ред. С.М.Ілляшенка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. 976 с.
4. Практикум з маркетингу: навч. посіб. / за ред. проф. Майовця Є.Й. Львів: Видавництво «Край», 2014. 244 с.
5. Словник термінів з маркетингу / за ред. проф. Є.Й. Майовця. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.
6. Тенденції розвитку маркетингу в Україні: функціональний підхід: монографія / За наук. ред., проф. Є.Й. Майовця. Львів, 2016. 262 с.

#### Інтернет-джерела

1. Офіційний сайт ВРУ. URL: <http://rada.gov.ua/>
2. Міністерство економіки України. URL: <http://www.me.gov.ua/>
3. Міністерство культури та інформаційної політики України. URL: <https://mcip.gov.ua/>
4. Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури України. URL: [www.mtu.gov.ua/](http://www.mtu.gov.ua/)
5. Урядовий портал. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>
6. Українське об'єднання лізингодавців. URL: <http://www.uul.com.ua/>
7. Український союз промисловців та підприємців. URL: <http://uspp.ua/>
8. Українська універсальна біржа. URL: <http://uub.com.ua/>
9. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. URL: <https://dpss.gov.ua/zahist-prav-spozhivachiv>
10. Державна податкова служба України. URL: <https://tax.gov.ua/>