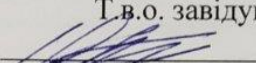


**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
УКРАЇНИ**

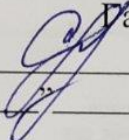
Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**
Декан факультету аграрного менеджменту
Анатолій ОСТАПЧУК
_____ 2023 р.

РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри маркетингу та
міжнародної торгівлі
Протокол № 13 від 22 травня 2023р.
Т.в.о. завідувач кафедри
 Олександр ЛУЦІЙ

“РОЗГЛЯНУТО”


Гарант ОП “Маркетинг”
Віолета Гераймович
_____ 2023 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ
ДИСЦИПЛІНИ**

Інфраструктура товарного ринку

спеціальність 075 «Маркетинг»
освітня програма «Маркетинг»
Факультет аграрного менеджменту
Розробник: доцент, к.е.н. Олена БАБІЧЕВА

Київ - 2023 р.

1.

Опис навчальної дисципліни

"Інфраструктура товарного ринку"

Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітній ступінь		
Освітній ступінь	«Бакалавр» (бакалавр, спеціаліст, магістр)	
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»	
Спеціальність	075 «Маркетинг»	
Спеціалізація		
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Нормативна	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (якщо є в робочому навчальному плані)	не передбачений (назва)	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	2	2
Семестр	3	3
Лекційні заняття	30 год.	4 год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.	0 год.
Лабораторні заняття	год.	год.
Самостійна робота	60 год.	116 год.
Індивідуальні завдання	год.	год.
Кількість тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних самостійної роботи студента –	4 год. 4 год.	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. **Метою** викладання навчальної дисципліни є засвоєння знань з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку, управління діяльністю підприємства в галузі просування, зберігання та продажу товарів і послуг, забезпечення потреб споживачів.

1.2. Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» є :

- усвідомлення сутності та функцій інфраструктури ринку;
- оволодіння знаннями щодо організації та планування діяльності підприємств на ринку;
- вивчення системи показників інфраструктури товарного ринку та методів їх формування;
- набуття вмінь самостійно виконувати техніко-економічні розрахунки, пов'язані з аналізом та обґрунтуванням ефективного функціонування і розвитку інфраструктури товарного ринку.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати :

- функціонуванні суб'єктів ринкової інфраструктури;
- роль і функції елементів інфраструктури товарного ринку;
- сферу та специфіку діяльності оптової та роздрібно торгівлі, торгово-посередницьких структур, організованих товарних ринків, лізингових, інформаційних та організаційно-комерційних компаній;
- методи державного регулювання та сприяння розвитку ринкової інфраструктури;
- методи оцінки ефективності комерційної діяльності суб'єктів ринкової інфраструктури.

вміти :

- застосовувати набуті знання для розв'язання наступних практичних завдань:
- здійснювати всебічний аналіз економічних показників інфраструктури із застосуванням сучасного інструментарію;
- розробляти методи підвищення ефективності діяльності суб'єктів інфраструктури на товарному ринку.

Набуття компетентностей:

загальні компетентності (ЗК):

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного)

суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

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.

фахові (спеціальні) компетентності (ФК):

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

ПРН 27. Демонструвати вміння використовувати сучасні методи управління ланцюгами постачань товарів та інформації.

ПРН 28. Визначати цільові аудиторії інтернет-користувачів, налаштовувати та інтерпретувати звіти системи веб-аналітики, оцінювати ефективність рекламних кампаній і аналізувати дії конкурентів в мережі.

3. Програма та структура навчальної дисципліни

Модуль 1. Теоретичні основи інфраструктури товарного ринку

1.1. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку

Сучасні визначення інфраструктури та її диференціація. Сутність та значення інфраструктури товарного ринку (ІТР). Класифікація елементів інфраструктури товарного ринку (ІТР). Функції ІТР стосовно складових товарного обігу. Функції окремих складових інфраструктурного комплексу товарного ринку. Особливості продукту економічної діяльності суб'єктів ІТР. Показники оцінки стану та розвитку складових ІТР. Показники оцінки обсягів діяльності ІТР та їх визначення. Маркетингова концепція розвитку суб'єктів ІТР. Сучасні проблеми розвитку ІТР та шлях їх вирішення.

1.2. Оптова торгівля

Оптова торгівля - основа складова господарсько-торговельної діяльності. Формування в Україні ринково орієнтованої оптової торгівлі. Структурна побудова системи оптової торгівлі на макрорівні. Класифікаційні ознаки та форми оптової торгівлі. Головні чинники, що впливають на вибір форми оптової торгівлі. Диференціація видів оптової торгівлі. Макроекономічні показники оптової торгівлі. Перспективи та тенденції розвитку оптової торгівлі на макрорівні. Види й організаційно-правові форми підприємств оптової торгівлі. Загальна характеристика діяльності підприємств оптової торгівлі. Зміст комерційної діяльності з гуртового продажу. Організація оптової закупівлі товарів. Оптовий продаж товарів. Використання ефективних форм та методів гуртового продажу як найважливіша умова розширення каналів збуту. Нетрадиційні методи гуртового продажу товарів. Послуги підприємств оптової торгівлі. Показники діяльності підприємств оптової торгівлі та методи їх визначення.

1.3. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку

Сутність торгово-посередницької діяльності. Класифікація торгових посередників. Принципи діяльності посередників. Правове забезпечення торговельно-посередницької діяльності. Критерії відбору торгових посередників. Функції торгових посередників. Мотивація та винагорода посередників. Форми винагороди торгових посередників. Організація посередницької діяльності на товарному ринку. Організація посередницької діяльності в оптовій та роздрібній торгівлі. Організаційні структури посередницьких компаній. Класифікація посередників за місцем на ринку. Зміст монопольної агентської угоди. Посередники з переважним правом (правом "першої руки"). Умови

співробітництва простих посередників.

1.4. Організовані товарні ринки. Аукціони та тендери як форми організованих товарних ринків

Роль та місце організованих товарних ринків в ІТР. Види організованих товарних ринків та їх відмінності. Ознаки організованих товарних ринків.

Аукціон як форма організованого ринку. Особливості аукціонних торгів та товарів. Класифікація аукціонів як суб'єкта господарської діяльності та виду торгів. Етапи організації проведення аукціонних торгів. Сучасні тенденції розвитку аукціонної торгівлі. Аукціонна торгівля в Україні.

Тендери як форма організованого товарного ринку. Предмет за цілі тендерних торгів. Класифікація тендерів. Етапи організації і проведення тендерів. Правове забезпечення та практика проведення тендерів в Україні.

1.5. Товарні біржі

Біржа, як одна з форм організованого гуртового ринку. Види бірж. Функції товарної біржі. Особливості біржового товару. Класифікація товарних бірж. Принципи діяльності товарної біржі. Права товарних бірж. Правові засади створення та організації діяльності товарних бірж. Організаційна структура товарної біржі. Права та обов'язки членів товарної біржі. Організація процесу біржової торгівлі. Форми та методи проведення біржових торгів. Зміст біржової угоди та види біржових угод. Порівняльна характеристика форвардних та ф'ючерсних контрактів. Брокерська діяльність на товарній біржі. Організаційно-документальне оформлення брокерської угоди. Сучасні тенденції розвитку біржової торгівлі. Стан та тенденції розвитку біржової торгівлі в Україні.

1.6. Роздрібна торгівля

Сутність та зміст роздрібною торгівлі. Головні функції роздрібною торгівлі. Форми роздрібною торгівлі. Методи роздрібною торгівлі. Послуги роздрібних магазинів. Класифікаційні ознаки та типологія роздрібних торгових точок. Організаційно-правові форми суб'єктів роздрібною торгівлі. Особливості комплексу маркетингу роздрібною торгівлі. Маркетингові рішення в роздрібній торгівлі. Стратегічні рішення щодо розміщення торговельної точки, спеціалізації, співвідношення ціна-якість. Нормативно-правові засади діяльності суб'єктів роздрібною торгівлі. Зобов'язання роздрібною торгівлі щодо контролю якості товарів.

1.7. Персональний продаж

Сутність та особливості персонального продажу. Організаційні форми персонального продажу. Головні складові та етапи процесу персонального продажу. Типи презентацій товару та тактика усунення заперечень покупців. Управління персональним продажем. Торгові представники і вимоги щодо них. Мотивація торгового персоналу та показники оцінки ефективності його діяльності. Багаторівневий (мережевий) маркетинг та його особливості. Нові

форми продажу товарів та послуг

Модуль 2. Непрямі елементи інфраструктури

2.1. Інформаційна діяльність в інфраструктурному комплексі

Сутність та значення інформаційної діяльності в сучасній ринковій економіці. Особливості продуктів інформаційної.

Види інформаційних послуг. Сутність комерційної інформації та комерційної таємниці. Класифікація комерційної інформації. Методи захисту комерційної інформації. Види підприємств, що надають інформаційні послуги. Реклама як вид комерційної інформації. Організаційні форми рекламної діяльності. Рекламні агенції як інформаційні організації.

2.2. Лізинг

Сутність, функції та економічне значення лізингу. Суб'єкти, об'єкти та предмет лізингових відносин. Відмінності лізингу та оперативної оренди, банківського кредиту. Форми фінансового лізингу. Сублізинг. Структура та зміст лізингової угоди. Права і зобов'язання лізингодавця та лізингоодержувача. Послідовність здійснення лізингових угод. Законодавче забезпечення лізингу в Україні. Структура лізингових платежів. Фактори, що впливають на розмір лізингових платежів. Економічна ефективність лізингу. Проблеми розвитку лізингу в Україні. Досвід лізингових відносин в аграрному секторі України.

2.3. Організаційно-комерційна діяльність

Зміст організаційно-комерційної діяльності. Особливості продуктів організаційно-комерційної діяльності. Характеристика основних суб'єктів організаційно-комерційної діяльності. Ефективність організаційно-комерційних послуг. Виставки і ярмарки як суб'єкти організаційно-комерційної діяльності. Класифікація виставок/ ярмарок. Етапи організації проведення виставки/ ярмарку. Розвиток виставкової діяльності в Україні

2.4. Контролюючі функції інфраструктури. Система захисту прав споживачів.

Значення контролюючих функцій інфраструктури. Роль держави в контролі діяльності елементів інфраструктури. Суб'єкти, що здійснюють контролюючі функції.

Права споживачів та їх законодавчий захист. Основні положення Закону України «Про захист прав споживачів». Система контролю дотримання підприємствами законодавчих норм про права споживачів.

2.5. Система захисту конкуренції та її правові засади.

Конкуренція як умова розвитку та ефективною діяльності суб'єктів інфраструктури ринку. Антимонопольний комітет його роль та права в системі

захисту конкуренції.

Антимонопольне законодавство та його основні вимоги. Ознаки монопольного положення підприємства на ринку. Практика контролю дотримання антимонопольного законодавства в Україні.

Недобросовісна конкуренція та її види. Захист від недобросовісної конкуренції.

Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем		Кількість годин												
		денна форма							Заочна форма					
		Тижні	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		
Змістовий модуль 1. Активні елементи інфраструктури товарного ринку														
1	Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку	1	6	2	2			2	6	1				5
2	Оптова торгівля	2	10	2	2			6	10					10
3	Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку	3	10	2	2			6	10	1				9
4	Організовані товарні ринки. Аукціони та тендери як форми організованих товарних ринків	4-5	10	4	4			2	10					10
5	Товарні біржі	6	10	2	2			6	10					10
6	Роздрібна торгівля	7-8	12	4	4			4	12	1				11
7	Персональний продаж	9	10	2	2			6	10					10
Разом за змістовим модулем 1		9	68	18	18	0	0	32	68	3	0	0	0	65
Змістовий модуль 2. Непрямі елементи інфраструктури														
1	Інформаційна діяльність в інфраструктурному комплексі	10-11	12	4	4			4	12	1				11
2	Організаційно-комерційна діяльність	12	10	2	2			6	10					10
3	Лізинг	13	10	2	2			6	10					10
4	Контролюючі функції інфраструктури. Система захисту прав споживачів.	14	10	2	2			6	10					10
5	Система захисту конкуренції та її правові засади.	15	10	2	2			6	10					10
Разом за змістовим модулем 2		6	52	12	12	0	0	28	52	1	0	0	0	51
Усього годин		15	120	30	30	0	0	60	120	4	0	0	0	116

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
...		

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку	2/-
2	Оптова торгівля	2/-
3	Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку	2/-
4	Організовані товарні ринки. Аукціони та тендери як форми організованих товарних ринків	4/-
5	Товарні біржі	2/
6	Роздрібна торгівля	4/-
7	Персональний продаж	2/
8	Інформаційна діяльність в інфраструктурному комплексі	4/-
9	Організаційно-комерційна діяльність	2/-
10	Лізинг	2/-
11	Контролюючі функції інфраструктури. Система захисту прав споживачів.	2/-
12	Система захисту конкуренції та її правові засади.	2/-
	Разом	30/-

6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
...		

7. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами

Контрольні питання

1. Сутність та елементи інфраструктури товарного ринку
2. Функції інфраструктури товарного ринку.
3. Форми і методи оптової торгівлі.
4. Функції оптової торгівлі щодо товаровиробників та роздрібною торгівлі.
5. Показники, що характеризують діяльність оптового торгового підприємства
6. Зміст посередницької діяльності та її види на товарному ринку.
7. Класифікація та особливості видів посередницьких операцій за обсягом повноважень
8. Комісійна торгівля — як форма торговельно-посередницької діяльності.
9. Консигнаційна торгівля — як форма торговельно-посередницької діяльності.

10. Види та особливості консигнаційної торгівлі.
11. Класифікація посередників за місцем на ринку
12. Мотивація та винагорода посередників.
13. Відмінності основних форм організованих ринків.
14. Функції та класифікація тендерів.
15. Аукціони як форма організованого товарного ринку (сутність, види, особливості товару).
16. Тендери та їх класифікація
17. Сутність тендерів та етапи їх проведення
18. Біржі, їх роль в ринковій економіці та особливості товару.
19. Види біржових товарів і угод.
20. Класифікація бірж .
21. Функції товарної біржі, як форми організованого товарного ринку.
22. Охарактеризуйте організаційні форми персонального продажу
23. Охарактеризуйте сутність, особливості та етапи персонального продажу.
24. Роздрібна торгівля в ІТР, функції, значення, тенденції розвитку
25. Класифікація підприємств роздрібно торгівлі.
26. Класифікаційні ознаки та типологія магазинів роздрібно торгівлі
27. Маркетингові рішення роздрібно торгівлі.
28. Мерчандайзинг та його основні правила в роздрібній торгівлі товарами
29. Послуги роздрібних магазинів на різних етапах обслуговування
30. Лізинг: зміст, призначення .Права і обов'язки лізингоодержувача
31. Об'єкти та суб'єкти лізингу. Умови договору лізингу.
32. Права і обов'язки лізингодавця.
33. Класифікація форм лізингу.
34. Вили, роль та функції виставок і ярмарок в розвитку організаційно-комерційних послуг.
35. Етапи організації участі у виставці.
36. Охарактеризуйте організаційні форми рекламної діяльності, їх переваги та недоліки.
37. Класифікація та функції рекламних агенцій.
38. Послуги BTL рекламних агенцій
39. Порядок проведення пітчінгу рекламних агенцій
40. Види недобросовісної конкуренції.

Зразок екзаменаційного білета

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
ОС «Бакалавр» напрямок підготовки/ спеціальність 075 «Маркетинг»	Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі 2023-2024 навч. рік	БІЛЕТ № з дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Затверджую Зав. кафедри _____ (підпис) Луцій О.П. (ПІБ) 2023 р.

Дайте письмово відповідь на питання:

1. Сутність та елементи інфраструктури товарного ринку.
2. Охарактеризуйте сутність, особливості та етапи персонального продажу.
3. Тестові завдання:

1. Тендер з попередньою кваліфікацією означає:

- | |
|--|
| 1. попередній вибір товарів для участі в торгах; |
|--|

2. попередній відбір підприємств для запрошення до участі в тендері;
3. вибір найкращої пропозиції для участі в тендері;
4. вибір з підприємств учасників, тих що відповідають вимогам для подальшої участі в тендері;
2. До особливостей аукціонних торгів не відносять:
1. попередній огляд товарів перед торгами;
2. попередню кваліфікацію покупців;
3. торгівля товаром, що часто не підлягає стандартизації;
4. торгівлю тільки наявним товаром;
3. До активних елементів інфраструктури ринку відносяться:
(у бланку відповідей впишіть вірну відповідь)
4. Які посередницькі операції здійснюються від імені торгового посередника і за його рахунок?:
(у бланку відповідей впишіть вірну відповідь)
5. Біржові угоди, що не передбачають реальної поставки товару
(у бланку відповідей впишіть вірну відповідь)
6. Консигнатор набуває право власності на товар:
1. після перерахування оплати покупцем
2. після розмитнення товару
3. при отриманні товару на консигнаційний склад
4. немає правильної відповіді
7. Які із наведених операцій здійснюються посередниками від свого імені, але за рахунок власника товару?:
1. брокерські;
2. комісійні;
3. агентські
4. операції з перепродажу.
5. консигнаційні;
8. Які з нижченаведених підприємств не є суб'єктами комерційної діяльності?:
1. товарні біржі
2. незалежні гуртові торговці, дистриб'ютори, дилери;
3. брокери, агенти, комісіонери, консигнатори;
4. Торгово-промислова палата
5. Рекламні агенції
9. Перераховані ознаки є основними характеристиками таких ринків :
1. концентрація попиту і пропозиції в часі та просторі;
2. існування правил ведення торгівлі;
3. існування органу, що контролює їх дотримання
(у бланку відповідей впишіть вірну відповідь)
10. Транзитна оптова торгівля без участі в розрахунках передбачає:
(у бланку відповідей впишіть вірну відповідь)

9. Методи навчання

Проведення лекційних і практичних занять, слайдові презентації (у програмі Power Point) по кожній темі, роздатковий матеріал, дискусійне обговорення проблемних питань. На практичних заняттях вирішуються ситуаційні завдання та бізнес-кейси.

Методами навчання є способи спільної діяльності й спілкування викладача і здобувачів вищої освіти, що забезпечують вироблення позитивної мотивації навчання, оволодіння системою професійних знань, умінь і навичок, формування наукового світогляду, розвиток пізнавальних сил, культури розумової праці майбутніх фахівців.

Під час навчального процесу використовуються наступні методи навчання:

Залежно від джерела знань: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог); наочні (демонстрація, ілюстрація); практичні (рішення задач, ділові ігри).

За характером пізнавальної діяльності: пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи.

За місцем в навчальній діяльності:

- методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднують словесні,

наочні і практичні методи; репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи здобувачів вищої освіти;

- методи стимулювання й мотивації навчальної роботи, що включають пізнавальні ігри, навчальні дискусії, рольові ситуації;

- методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального й фронтального, тематичного і систематичного контролю.

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти передбачено застосування таких навчальних технологій:

- *робота в малих групах* дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного здобувача вищої освіти в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування;

- *семінари-дискусії* передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, вміння формулювати думки й висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів;

- *мозкові атаки* – метод розв’язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити як найбільшу кількість ідей за обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію;

- *кейс-метод* – метод аналізу конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності фахівців і передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків, проблемних ситуацій, інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу;

- *презентації* – виступи перед аудиторією, що використовуються для подання певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань, інструктажу, демонстрації;

- *дидактичні ігри* – метод імітації (наслідування, відображення) ухвалення управлінських рішень в різноманітних ситуаціях згідно правил, які вже розроблено або формуються самими учасниками, реалізується через самостійне вирішення здобувачами вищої освіти поставленої проблеми за умови недостатності необхідних знань, коли є потреба самостійно опановувати новий зміст або шукати нові зв’язки в уже засвоєному матеріалі;

- *банки візуального супроводу* сприяють активізації творчого сприйняття змісту дисципліни за допомогою наочності.

10. Форми контролю

Основними формами організації навчання під час вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг» (маркетинг) є лекції, семінарські (практичні) заняття, консультації, самостійна робота здобувачів вищої освіти.

Відповідно до вище зазначених форм організації навчання формами контролю

засвоєння програми є: самоконтроль, написання модульних контрольних робіт, реферату, виконання індивідуальних практичних завдань та іспит за період вивчення дисципліни. Контрольні заходи, які проводяться в університеті визначають відповідність рівня набутих студентами знань, умінь та навичок вимогам нормативних документів щодо вищої освіти і забезпечують своєчасне коригування навчального процесу. Відповідно до «Положення про екзамени та заліки у Національному університеті біоресурсів і природокористування України» затвердженого вченою радою НУБіП України 23 квітня 2023 року, протокол № 10, видами контролю знань здобувачів вищої освіти є поточний контроль, проміжна та підсумкова атестації.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи.

Проміжна атестація проводиться після вивчення програмного матеріалу кожного змістового модуля. Навчальний матеріал дисциплін, які викладаються протягом одного семестру – осіннього чи весняного, поділяється лекторами на два-три змістовні модулі. Проміжна атестація має визначити рівень знань здобувачів вищої освіти з програмного матеріалу змістового модуля (рейтингова оцінка із змістового модуля), отриманих під час усіх видів занять і самостійної роботи. Форми та методи проведення проміжної атестації, засвоєння програмного матеріалу змістового модуля розробляються лектором дисципліни і затверджується відповідною кафедрою у вигляді тестування, письмової контрольної роботи, колоквіуму, результату експерименту, що можна оцінити чисельно, розрахункової чи розрахунково-графічної роботи тощо. Засвоєння здобувачем вищої освіти програмного матеріалу змістового модуля вважається успішним, якщо рейтингова оцінка його становить не менше, ніж 60 балів за 100-бальною шкалою.

Рівень знань здобувачів вищої освіти, здобутих за програмами неформальної освіти (стаття 8 пункт 3 Закону України «Про освіту»), має бути підтверджений відповідними документами (наприклад, вивчення англійської мови – сертифікатами рівня B1 і вище; навчання на курсах BAS (Business Automation Software) – сертифікат САБ (спілки автоматизаторів бізнесу); навчання на курсах Мережевої академії Cisco-талузевим сертифікатом Cisco; навчання на курсах підготовки оцінювачів з експертної грошової оцінки земельних ділянок – кваліфікаційне свідоцтво та ін.). Наявність підтверджуючих документів є підставою для зарахування окремої лабораторної роботи, теми лекційного чи практичного заняття, змістового модуля чи всього навчального матеріалу дисципліни, якщо програма неформальної освіти відповідає робочій програмі дисципліни. Рішення про зарахування знань, здобутих за програмами неформальної освіти, приймає лектор дисципліни спільно із завідувачем кафедри. Зарахування всього навчального матеріалу дисципліни не звільняє здобувача вищої освіти від складання екзамену з цієї дисципліни.

Після проведення проміжних атестацій з двох змістових модулів і визначення їх рейтингових оцінок лектором дисципліни визначається рейтинг здобувача вищої освіти з навчальної роботи R_{HP} (не більше 70 балів) за формулою:

$$R_{HP} = \frac{0,7 \cdot (R_{3M}^{(1)} \cdot K_{3M}^{(1)} + \dots + R_{3M}^{(n)} \cdot K_{3M}^{(n)})}{K_{дис}}, \quad (1)$$

де $R_{ЗМ}^{(1)}, \dots, R_{ЗМ}^{(n)}$ – рейтингові оцінки із змістових модулів за 100-бальною шкалою;

n – кількість змістових модулів;

$K_{ЗМ}^{(1)}, \dots, K_{ЗМ}^{(n)}$ – кількість кредитів Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи (ЄКТС) (або годин), передбачених робочим навчальним планом для відповідного змістового модуля;

$K_{дис} = K_{ЗМ}^{(1)} + \dots + K_{ЗМ}^{(n)}$ – кількість кредитів ЄКТС (або годин), передбачених робочим навчальним планом для дисципліни у поточному семестрі.

Формулу (1) можна спростити, якщо прийняти $K_{ЗМ}^{(1)} = \dots = K_{ЗМ}^{(n)}$. Тоді вона буде мати вигляд

$$R_{НР} = \frac{0,7 \cdot (R_{ЗМ}^{(1)} + \dots + R_{ЗМ}^{(n)})}{n} \quad (2)$$

Рейтинг здобувача вищої освіти з навчальної роботи округлюється до цілого числа. На рейтинг з навчальної роботи можуть впливати рейтинг з додаткової роботи та рейтинг штрафний. Рейтинг з додаткової роботи додається до рейтингу з навчальної і не може перевищувати 20 балів. Він визначається лектором і надається здобувачам вищої освіти рішенням кафедри за виконання робіт, які не передбачені навчальним планом, але сприяють підвищенню рівня їх знань з дисципліни.

Максимальна кількість балів (20) надається здобувачу вищої освіти за:

- отримання диплому I-го ступеню переможця студентської наукової конференції навчально-наукового інституту чи факультету (коледжу) з відповідної дисципліни;
- отримання диплому переможця (I, II чи III місце) II-го етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни чи спеціальності (напрямку підготовки) у поточному навчальному році;
- отримання диплому (I, II чи III ступеню) переможця Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з відповідної дисципліни у поточному навчальному році;
- авторство (співавторство) у поданій заявці на винахід чи отриманому патенті України з відповідної дисципліни;
- авторство (співавторство) у виданій науковій статті з відповідної дисципліни;
- виготовлення особисто навчального стенду, макету, пристрою, приладу; розробка комп'ютерної програми (за умови, що зазначене використовується в освітньому процесі при викладанні відповідної дисципліни).

Рейтинг штрафний не перевищує 5 балів і віднімається від рейтингу з навчальної роботи. Він визначається лектором і вводиться рішенням кафедри для здобувачів вищої освіти, які невчасно засвоїли матеріали змістових модулів, не дотримувалися графіка роботи, пропускали заняття тощо. Підсумкова атестація включає семестрову та державну атестацію здобувачів вищої освіти. Семестрова атестація проводиться у формах семестрового екзамену або семестрового заліку з конкретної навчальної дисципліни. Семестровий екзамен (далі – екзамен) – це форма підсумкової атестації засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу з навчальної дисципліни за семестр.

Семестровий залік (далі – залік) – це форма підсумкової атестації, що полягає в оцінці засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу (виконаних ним певних видів робіт на практичних, семінарських або лабораторних заняттях та під час самостійної роботи) з навчальної дисципліни за семестр.

Диференційований залік – це форма атестації, що дозволяє оцінити виконання та засвоєння здобувачем вищої освіти програми навчальної чи виробничої практики, підготовки та захисту курсової роботи (проекту). Здобувачі вищої освіти зобов'язані складати екзамени і заліки відповідно до вимог робочого навчального плану у терміни, передбачені графіком освітнього процесу. Зміст екзаменів і заліків визначається робочими навчальними програмами дисциплін.

1. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи $R_{\text{НР}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{ат}}$.

11. Методичне забезпечення

1. Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для студентів ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг». - К.: «ЦП Компрінт», 2019.-120 с.

12. Рекомендована література

Базова

- Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник / В.М. Пилявець, В.В. Озима, В.П. Заруба. – К. : Аграрна освіта, 2015. – 255 с. [Електронний ресурс] режим доступу - https://learn.zhatk.zt.ua/pluginfile.php/8363/mod_resource/content/1/%D0%9F%D0%B8%D0%BB%D1%8F%D0%B2%D0%B5%D1%86%D1%8C%20%D0%92.%20%D0%9C.%20%D0%86%D0%BD%D1%84%D1%80%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0%20%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D1%83%

20.pdf

2. Савощенко А. С. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник. - К.: КНЕУ, 2005. - 340 с.
3. Навчальний посібник/ Під ред. ІВ. Сороки.- К.: НМЦВО МО і Н України, НВФ «Студцентр», 2002.-608 с
4. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник. - К.: МАУП, 2004. -254с.
5. Прокопенко О.В., Школа В.Ю., Дегтяренко О.О., Махнуша С.М. Інфраструктура товарного ринку. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 296 с. режим доступу - https://shron1.chtyvo.org.ua/Prokopenko_OV/Infrastruktura_tovarnoho_rynku.pdf?PHPSESSID=tolklb1fv3ku8iocln59bjjhs4

Додаткова

6. Бобров В.Я. Основи ринкової економіки і підприємництва. К., Вища шк., 2003.
7. Виноградська А. М. Комерційне підприємство : сучасний стан, стратегії розвитку Монографія / А. М. Виноградська К:Центр навч. літ-ри, 2004 - 807с. Дудяк Р.П. "Організація біржової діяльності: основи теорії і практикум": Навчальний посібник - 2-ге видання - Львів: Новий Світ - 2000: Магнолія плюс, 2003.
8. Єрмошенко М.І. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навчальний посібник. -К.: НАУ, 2003.
9. Жук М.В. Комерційні відносини України: Підручник для студ. вищих навч. Закладів / М.В. Жук-Чернівці: Рута, 2003.-576 с
10. Закон України "Про Антимонопольний комітет України" // Відомості Верховної Ради України 1993, №50, ст.472
11. Закон України "Про товарну біржу" від 10.12.91 (зі змінами та доповненнями від 15.05.2003).
12. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про лізинг» № 1381-IV від 12.11.2003. - // Урядовий кур'єр, 16.01.2004 №8.
13. Закон України від 22.05.97 р. № 283/97-ВР: Про оподаткування прибутку підприємств.
14. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник.- 2- ге вид., доп. і перероб.- К.: КНЕУ, 2003.- 524 с
15. Обротко Б.А. Менеджмент посередницької та біржової діяльності: Навчальний посібник. - К.: МАУП, 2003 - 264
16. Організація торгівлі: підр / І. П. Міщук, В. М. Ребицький; ред В. В. Апопій, 2-е вид К. центр навч літ-ри , 2005 - 616с
17. О'Рейли Д. Как найти и удержать оптового покупателя: пер с англ / Д. О'Рейли , Д. Д. Гибас Минск:Амалфея, 2003 – 271с
18. Примак. Т.О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку: Навч. посіб. - К: МАУП, 2003.-с 65-68.
19. Синамати А. Успех в многоуровневом маркетинге. - М.: 1996, 77 с.

- 21.Солодкий М. О. Біржовий ринок: Навч. посібник. - К.: Джерела, 2001. -336 с.
22. Цивільний кодекс України: Офіційне видання. – К.: АТІКА, 2003. – 416с.

13. Інформаційні ресурси

23. Антимонопольний комітет України: режим доступу - <http://amc.gov.ua/>
- 25.Державна митна служба України: режим доступу - <http://www.customs.gov.ua>
- 26.Урядовий портал : режим доступу - <http://www.kmu.gov.ua/>
- 27.Верховна рада України: режим доступу - <http://www.rada.gov.ua>
28. Державна служба статистики України: режим доступу - www.ukrstat.gov.ua/