



«Інфраструктура товарного ринку»

	Ступінь вищої освіти - Бакалавр Спеціальність 075 Маркетинг Освітня програма Маркетинг Рік навчання 2, семестр 3 Форма навчання денна Кількість кредитів ЄКТС 4 Мова викладання українська
Лектор курсу	К.е.н, доцент Бабічева Олена Іванівна
Контактна інформація лектора (e-mail)	навчальний корпус № 10, кімната 401 helenmark@ukr.net
Сторінка курсу в eLearn	https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=721

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни: оволодіти теорією розвитку інфраструктури товарного ринку як найважливішої частини ринкової економіки, практичним умінням управління її діяльністю щодо просування, зберігання та продажу товарів і послуг, забезпечення потреб споживачів, здатністю знаходити та реалізовувати рішення з інтенсифікації та підвищення ефективності цієї сфери.

Завдання навчальної дисципліни: знати сутність інфраструктури товарного ринку та її роль у ринковій економіці, види та умови здійснення ефективної діяльності окремими ланками інфраструктури товарного ринку.

Набуття компетентностей:

Інтегральна компетентність: здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

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.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/ практ.)	Результати навчання	Завдання	Оціню вання
Модуль 1				
1. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку	2/2	Знати сутність, цілі, функції та елементи інфраструктури товарного ринку (ІТР). Розрізняти маркетингову концепцію розвитку суб'єктів ІТР	Опитування, вирішення ситуаційних завдань	10
2. Оптова торгівля	2/2	Знати: сутність, склад, характеристика форм і методів оптової торгівлі Вміти аналізувати показники діяльності підприємств оптової торгівлі	Опитування, розв'язок задач, виконання самостійної роботи (в т.ч. в elearn)	10
3. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку	2/2	Знати: сутність, види та функції маркетингових посередників. Відмінності різних типів посередницьких операцій Вміти :здійснювати відбір торгових посередників, розраховувати винагороду посередників.	Опитування, Розв'язок задач, виконання самостійної роботи (в т.ч. в elearn)	10
4. Організовані товарні ринки. Аукціони та тендери як форми організованих товарних ринків	4/4	Знати: цілі, сутність, ознаки та функції організованих ринків. Етапи підготовки та проведення торгів Вміти: підготувати тендерну пропозицію, визначити переможця тендеру на основі поданої методики	Вирішення розрахункових задач та ситуаційних завдань	10

5. Товарні біржі	2/2	Знати: сутність, роль, види та функції бірж, види біржових угод, тенденції розвитку біржового ринку Вміти: аналізувати та використовувати в маркетинговій діяльності біржову інформацію	Опитування, розв'язок задач, виконання самостійної роботи (в т.ч. в elearn)	10
6. Роздрібна торгівля	4/4	Знати: сутність, роль, функції роздрібної торгівлі, формати та маркетингові рішення роздрібної торгівлі. Вміти: аналізувати комплекс маркетингу роздрібної торгової точки, здійснювати маркетинг аудит.	Вирішення розрахункових задач та ситуаційних завдань	10
7. Персональний продаж	2/2	Знати: Сутність, організаційні форми та етапи персонального продажу, компанії багаторівневого маркетингу Вміти: готувати та здійснювати операції з купівлі-продажу товарів	Опитування, розв'язок задач, виконання самостійної роботи (в т.ч. в elearn)	10
Модульний контроль			Тестування	30
Разом за модулем 1	18/18			100
Модуль 2				
8. Інформаційна діяльність в інфраструктурному комплексі	4/4	Розуміти сутність та види інформаційної діяльності в ІТР, організаційні форми рекламної діяльності Оволодіти методиками оцінки альтернатив участі у виставкових заходах, організації тендеру рекламних агенцій	Вирішення розрахункових задач та ситуаційних завдань	10
9. Організаційно-комерційна діяльність	2/2	Вміти розробляти методи підвищення ефективності діяльності суб'єктів інфраструктури Оволодіти методиками оцінки альтернатив участі у виставкових заходах,	Виконання проектного завдання в малих групах, презентація результатів	30
10. Лізинг	2/2	Знати сутність, цілі та функції, правові та маркетингові аспекти лізингу. Вміти розрахувати розмір лізингових платежів по контракту	Опитування, вирішення розрахункових задач та ситуаційних завдань	10
11. Контролюючі функції інфраструктури. Система захисту прав споживачів.	2/2	Знати зміст та значення контролюючих функцій інфраструктури. Розуміти особливості застосування інструментів захисту прав споживачів	Опитування, розв'язок задач, виконання самостійної роботи (в т.ч. в elearn)	10
12. Система захисту конкуренції та її правові засади.	2/2	Знати: сутність, завдання та функції система захисту конкуренції . Вміти виявляти прояви недобросовісної конкуренції в заходах маркетингової системи просування	Опитування, розв'язок задач, виконання самостійної роботи (в т.ч. в elearn)	10

Модульний контроль			Тестування	30
Разом за модулем 2	12/12			100
Екзамен				30
Всього за курс	30/30			100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перекладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Методичне забезпечення

Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для студентів ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг». - К.: «ЦП Компрінт», 2021.-120 с.

Рекомендована література

1. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник / В.М. Пилявець, В.В. Озима, В.П. Заруба. – К. : Аграрна освіта, 2015. – 255 с.
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. Прокопенко О.В., Школа В.Ю., Дегтяренко О.О., Махнуша С.М.Інфраструктура товарного ринку. Навчальний посібник. – К.: Центручбової літератури, 2007. – 296 с.

Інформаційні ресурси:

1. Антимонопольний комітет України - <http://amc.gov.ua/>
2. Урядовий портал : режим доступу - <http://www.kmu.gov.ua/>

3. Верховна рада України: режим доступу - <http://www.rada.gov.ua>
4. Державна служба статистики України: - www.ukrstat.gov.ua/
5. Національна бібліотека України ім. Вернадського : www.nbuv.gov.ua
6. Українська асоціація маркетингу : <http://uam.in.ua>