

КАРТА ДИСЦИПЛІНИ (СИЛАБУС)

1) НАЗВА ДИСЦИПЛІНИ: Інфраструктура товарного ринку		2) Шифр за ОП:			
3) Карта дисципліни дійсна протягом навчального року: 2022/2023					
4) Освітній рівень: перший рівень вищої освіти (бакалавр)					
5) Форма навчання: денна, заочна					
6) Галузь знань: 07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ					
7) Спеціальність: 075 Маркетинг					
8) Компонента спеціальності:					
9) Семестр: III					
10) Цикл дисципліни:					
11) Викладач (розробник карти) к. техн.н., проф. Захарченко П.В.					
12) Мова навчання: українська					
13) Необхідні ввідні дисципліни: (що треба вивчити, щоб слухати цей курс) Основи підприємництва, Основи маркетингу, Товарознавство.					
14) Мета курсу: ознайомлення здобувачів вищої освіти з найбільш вагомими чинниками впливу зовнішнього середовища, що представлені підприємствами та організаціями, які формують собою інфраструктуру товарного ринку.					
15) Результати навчання:					
№	Програмний результат навчання	Метод перевірки навчального ефекту	Форма проведення занять	Посилання на програмні компетентності	
№	Програмний результат навчання	Метод перевірки навчального ефекту	Форма проведення занять	Посилання на програмні компетентності	
1.	ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	опитування, тестування	практичні заняття	ЗК 8 ЗК9 ЗК10 СК 3 СК 13 СК14	
2.	ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи	опитування, тестування	практичні заняття	ЗК 5 ЗК14 СК8 СК 14	
16) Форми занять та їх тривалість (кількість годин)					
	Лекція	Практичне заняття	Лабораторні заняття	Курсовий проект/ курсова робота РГР/Контрольна робота	Самостійні робота студента
	30	30	-	Контрольна робота	30
Зміст: (окремо для кожної форми занять – Л/Пр/Лаб/ КР/СРС)					
Лекції:					
Тема 1. Предмет, метод і завдання навчальної дисципліни					
Тема 2. Сутнісна характеристика товарного ринку					
Тема 3. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку					

Тема 4. Принципи й особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку
Тема 5. Макроорганізація оптової торгівлі
Тема 6. Підприємства оптової торгівлі
Тема 7. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність
Тема 8. Торговельно-посередницька та її організація на товарному ринку
Тема 9. Організація посередницької діяльності на товарному ринку
Тема 10. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність
Тема 11. Роздрібна торгівля
Тема 12. Товарні біржі
Тема 13. Лізинг
Тема 14. Персональний продаж

Практичні заняття:

Тема 1. Сутнісна характеристика товарного ринку
Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку
Тема 3. Макроорганізація оптової торгівлі
Тема 4. Підприємства оптової торгівлі
Тема 5. Торговельно-посередницька та посередницька діяльність на товарному ринку
Тема 6. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність
Тема 7. Роздрібна торгівля
Тема 8. Товарні біржі
Тема 9. Лізинг
Тема 10. Персональний продаж товарів та послуг

Лабораторне: не передбачено НП

Контрольна (індивідуальна) робота: підготовка за запитаннями:

1. У чому полягає відмінність понять «нужда» і «потреба» ?
2. На які групи поділяються потреби суспільства у товарній продукції ?
3. Розкрийте сутність поняття «ринок». Перелічіть його характерні ознаки.
4. Які особливості товарного ринку ?
5. Що ви розумієте під структурою товарного ринку ?
6. Перелічіть основні сегменти закритого сектору товарного ринку, опишіть їх особливості.
7. Що є основними сегментами відкритого сектору товарного ринку ?
8. Чому довгострокові комерційні угоди посідають проміжне становище між відкритим і закритим секторами товарного ринку ?
9. Класифікація товарного ринку за товарно-галузевою ознакою.
10. Суб'єкти і функції товарного ринку.
11. Наведіть і порівняйте різні визначення поняття «інфраструктура товарного ринку».
12. На яких рівнях розглядають інфраструктуру товарного ринку ?
13. Розкрийте сутність підсистем інфраструктури товарного ринку, які мають власне інфраструктурне забезпечення.
14. Перелічіть елементи інфраструктури товарного ринку
15. Назвіть основні відмінності оптових ярмарок і виставок.
16. Як класифікують аукціони ?
17. Класифікація і основні функції товарних бірж.
18. Що є найважливішим макроекономічним показником товарного ринку та його інфраструктури ?
19. За якою формулою розраховують товарооборот у вартісному обчисленні ?
20. За допомогою якого коефіцієнта оцінюють рівень механізації праці ?
21. Які завдання виконують інформаційно-комерційні центри ?
22. Що входить до складу інформаційно-комерційні центри ?
23. Перелічіть функції маркетингово-збутових центрів.
24. У чому полягає відмінність між первинними і вторинними даними ?
25. На які види поділяють рекламу залежно від способу її поширення ?
26. У чому сутність послуги «паблік-релейшнз» ?
27. Як розраховують ефективність інформаційних та організаційно-комерційних структур ?
28. Перелічіть основні елементи кошторису експонента на участь у виставці-ярмарку.
29. За якою формулою здійснюють розрахунок вартості одного квадратного метра виставкової площі ?
30. Яка послідовність розрахунків реєстраційного внеску експонента (учасника) виставки-ярмарку ?

17) Іспит: не передбачено НПІ**18) Основна література:**

1. Бест Р. Маркетинг от потребителя / Р. Бест. -6-е изд.. –М. : Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 696 с.
2. Брассингтон Ф. Основы маркетинга / Ф. Брассингтон, С. Петтитт. – М.: Бизнес Букс, 2014. –536 с.
3. Ілляшенко С. М. Маркетингова товарна політика : підручник / Ілляшенко С. М. –Суми : Університетська книга, 2012. –234 с.
4. Інфраструктура товарного ринку: непродовольчі товари: Підручник/ під. ред. О.О. Шубіна. – К.: Знання, 2009. – 702 с.
5. Інфраструктура товарного ринку: продовольчі товари: Підручник/ під. ред. О.О. Шубіна. – К.: Знання, 2009. – 564 с.
6. Інфраструктура товарного ринку: теоретичні засади: Підручник / За ред. О.О. Шубіна. – Київ: 2009. – 379 с.
7. Інфраструктура товарного ринку: теоретичні засади: Підручник/ під. ред. О.О. Шубіна. – К.: Знання, 2009. – 379 с.
8. Калюжна О.В. Інфраструктура товарного ринку [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. В. Калюжна, В. Ф. Клочан, Т. Я. Іваненко, В. С. Кушнірук. – Миколаїв : 2011. – 284 с.
9. Карлова О. А. Основи менеджменту і маркетингу : підручник / О. А. Карлова, С. І. Плотницька, М. К. Гнатенко. – Харків : Друкарня Мадрид, 2016. –228 с.
10. Котлер Ф. Десять смертных грехов маркетинга / Ф. Котлер. – 3-е издание. – М. : Альпина Паблишер, 2017. –157 с.
11. Липсиц И. В. Основы маркетинга: учебник / И. В Липсиц., М. Н. Дымищ. – М. : Геотар-Медиа, 2014. – 208 с.
12. Мельник І.М. Соціально-економіна модернізація сфери товарного обігу: проблеми теорії та практики [Текст] : монографія / І. М. Мельник. – Львів : Растр-7, 2018. – 354 с

Методичні роботи

<http://org2.knuba.edu.ua/>

Інформаційні ресурси

1.<http://www.dstu.gov.ua>

2.<http://library.knuba.edu.ua>

20) Робоче навантаження студента, необхідне для досягнення результатів навчання

№	Форма занять	Кількість годин аудиторні/ СРС
1.	Лекція	30 / 22
2.	Практичне заняття	30 / 22
3.	Лабораторні заняття	-
4.	КП/КР/РГР/ Контр.роб.	Контрольна робота
5.	Форма контролю	Залік
	Всього годин	90

22) Сума всіх годин:

90 (90 - заочн.)

23) Загальна кількість кредитів ECTS	3,0 (3,0 - заочн.)
24) Кількість годин (кредитів ECTS) аудиторного навантаження:	60 (44- заочн.)
25) Кількість необхідних годин (кредитів ECTS) СРС для забезпечення аудиторного навантаження:	
26) Кількість годин (кредитів ECTS) СРС , забезпечених навчальним планом:	
27) Примітки:	

Затверджено:

.....
(дата і підпис розробника)

.....
(підпис завідувача кафедрою)