

«Затверджую»

Завідувач кафедри

 / Петро ЗАХАРЧЕНКО /

« 28 » червня 2023 р.

Розробник силабусу

 / Петро ЗАХАРЧЕНКО /



СИЛАБУС

Інфраструктура товарного ринку
(назва освітньої компоненти (дисципліни))

1) Шифр за освітньою програмою: ВК				
2) Навчальний рік: 2023/2024				
3) Освітній рівень: перший (бакалаврський)				
4) Форма навчання: денна, заочна, дистанційна, змішана				
5) Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»				
6) Спеціальність, назва освітньої програми: 075 «Маркетинг», ОП Маркетинг				
7) Статус освітньої компоненти: вибіркова				
8) Семестр: IV				
9) Контактні дані викладача: завідувач кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, канд. техн. наук Захарченко Петро Володимирович, zakharchenko.pv@knuba.edu.ua, +380444990366, https://www.knuba.edu.ua/zakharchenko-petro-volodimirovich/				
10) Мова викладання: українська				
11) Пререквізити: Основи маркетингу, Основи підприємництва, Регіональна економіка				
12) Мета курсу: ознайомлення здобувачів вищої освіти з найбільш вагомими чинниками впливу зовнішнього середовища, що представлені підприємствами та організаціями, які формують собою інфраструктуру товарного ринку. Разом з тим здобувачі вищої освіти, впродовж вивчення дисципліни зможуть засвоїти знання щодо теорії розвитку інфраструктури товарного ринку, управління діяльністю підприємства в просуванні, розподілі, зберіганні та продажу товарів (послуг), своєчасному забезпеченні потреб споживачів				
13) Результати навчання:				
№	Програмний результат навчання	Метод перевірки навчального ефекту	Форма проведення занять	Посилання на компетентності
1.	ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності	усне опитування, тестовий контроль, письмовий контроль	лекції, практичні, самостійна робота	ІК ЗК 3, ЗК 7 ЗК 8, ФК 2, ФК 3

2.	ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розрахувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності	усне опитування, тестовий контроль, письмовий контроль	лекції, практичні, самостійна робота	ІК 3К 3, 3К 7 3К 8, ФК 7 ФК 11, ФК 13
3.	ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	усне опитування, тестовий контроль, письмовий контроль	лекції, практичні, самостійна робота	ІК 3К 11, 3К 12 ФК 3, ФК 7, ФК 11, ФК 13

14) Структура курсу:

Лекції, год.	Практичні заняття, год.	Лабораторні заняття, год.	Курсовий проект/ курсова робота РГР/ <u>Контрольна робота</u>	Самостійна робота здобувача, год.	Форма підсумкового контролю
16	14	-	1	60	залік
Сума годин:				90	
Загальна кількість кредитів ECTS:				3,0	
Кількість годин (кредитів ECTS) аудиторного навантаження:				30 (1,0)	

15) Зміст курсу: (окремо для кожної форми занять – Л/Пр/Лаб/КР/СРС)

Лекції:

- Тема 1. Сутнісна характеристика товарного ринку (2 год)
- Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку (2 год).
- Тема 3. Макроорганізація оптової торгівлі (2 год)
- Тема 4. Підприємства оптової торгівлі (2 год)
- Тема 5. Торговельно-посередницька та її організація на товарному ринку (2 год)
- Тема 6. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність (2 год)
- Тема 7. Товарні біржі (2 год)
- Тема 8. Лізинг (2 год)

Практичне:

- Заняття 1. Сутнісна характеристика товарного ринку (2 год)
- Заняття 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку (2 год)
- Заняття 3. Макроорганізація оптової торгівлі (2 год)
- Заняття 4. Підприємства оптової торгівлі (2 год)
- Заняття 5. Торговельно-посередницька та посередницька діяльність на товарному ринку (2 год)
- Заняття 6. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність (2 год)
- Заняття 7. Товарні біржі (2 год)

Лабораторне – лабораторні заняття відсутні

Курсовий проект/курсова робота/РГР/Контрольна (індивідуальна) робота

Підготовка за запитаннями:

1. Ринкова економіка як засіб подолання економічних проблем суспільства.
2. Роль інфраструктури товарного ринку в процесі суспільного відтворення та економічного зростання.
3. Поняття та економічний зміст ринку.
4. Основні функції ринку.
5. Класифікаційні ознаки та види ринків.
6. Особливості, форми та методи регулювання товарного ринку.
7. Види ринкових процесів, сутність понять: обмін, купівля, продаж, попит і пропозиція.
8. Види ринкових процесів на товарному ринку та сутність понять: продукт і товар їх спільні та відмінні риси.
9. Проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку.
10. Функції та завдання маркетингових посередників у межах товарного ринку.
11. Типи маркетингових посередників.
12. Маркетингова концепція розвитку суб'єктів інфраструктури.
13. Принципи діяльності маркетингових посередників.

14. Сутність і місце оптової торгівлі в ринкових процесах.
15. Функції оптової торгівлі.
16. Особливості оптової торгівлі продукцією виробничого призначення.
17. Характеристика основних видів оптової торгівлі.
18. Основні макроекономічні показники оптової торгівлі.
19. Абсолютні показники оптового товарообігу.
20. Відносні показники товарної структури: асортиментна концепція та номенклатура товарів у оптовій торгівлі.
21. Товарні запаси в оптовій торгівлі.
22. Оптові складські комплекси.
23. Витрати в оптовій торгівлі та їх характеристики.
24. Види підприємств оптової торгівлі.
25. Загальна характеристики діяльності підприємств оптової торгівлі.
26. Основні завдання оптових підприємств на товарному ринку.
27. Комерційна діяльність підприємств оптової торгівлі.
28. Організація оптової закупівлі товарів.
29. Форми та методи здійснення закупівель товарної продукції у підприємств-виробників.
30. Оптова закупівля товарів на ярмарках.
31. Укладання угод на біржових торгах.
32. Аукціонна закупівля товару.
33. Участь оптового підприємства в інтегрованих системах розподілу товарів.
34. Послуги підприємств оптової торгівлі.
35. Основні показники діяльності підприємств оптової торгівлі.
36. Сутність і види виробничих процесів у підприємствах торгівлі.
37. Роль і функції складів у процесі товароруку.
38. Основні завдання складського господарства на товарному ринку.
39. Види товарних складів.
40. Вимоги до складів у залежності від типів товарів, що зберігаються на їх території.
41. Автоматизація та механізація роботи складів.
42. Сутність транспортно-експедиційних операцій.
43. Роль транспорту у процесі товарообігу.
44. Функції транспорту на товарному ринку.
45. Організація перевезень товарів.
46. Аналіз технічних можливостей і добір конкретного виду транспорту залежно від об'єктів транспортування та комерційних завдань суб'єкта товарного ринку.
47. Витрати, пов'язані з транспортуванням.
48. Способи та особливості доставки товарів авіаційним, залізничним, водним, автомобільним та трубопровідним транспортом.
49. Система товаропостачання ЛП.
50. Експедиційні служби: їх завдання та функції.
51. Сутність торговельно-посередницької діяльності.
52. Види торговельно-посередницької діяльності.
53. Торговля через торговельно-посередницькі структури.
54. Страхування комерційних операцій, зазначених у договорі.
55. Характеристика посередницької діяльності на товарному ринку.
56. Агентські фірми: особливості їх діяльності на товарному ринку.
57. Дилерські фірми: їх функції та завдання на товарному ринку.
58. Дистриб'юторські фірми: особливості їх діяльності на товарному ринку.
59. Брокерські організації: особливості їх діяльності на товарному ринку.
60. Організація діяльності посередників, мотивація їх діяльності.
61. Сутність та призначення інформаційної діяльності.
62. Роздрібна торгівля як елемент організованого товарного ринку.
63. Ознаки та форми роздрібно торгівлі.
64. Класифікація підприємств роздрібно торгівлі на основі особливостей функціонування та в залежності від пропонованих товарів.
65. Сутність роздрібно торговельної мережі, види мереж, їх переваги та недоліки.
66. Класифікація магазинів.
67. Сутність спеціалізації підприємств роздрібно торгівлі та методи визначення її рівня.
68. Зона торговельного обслуговування, методи її визначення.
69. Сутність біржової торгівлі та її роль у ринковій економіці.

70. Класифікація бірж на основі визначеного об'єкта торгів.
71. Порядок створення й організація діяльності товарної біржі.
72. Функції та завдання структурних підрозділів товарних бірж.
73. Організація й технологія біржової торгівлі.
74. Способи роботи з товарами в процесі біржової торгівлі.
75. Брокерська діяльність на товарній біржі.
76. Визначення та економічне значення лізингу.
77. Переваги використання лізингу для суб'єктів товарного ринку.
78. Класифікаційна характеристика видів і форм лізингу.
79. Сутність оперативного та фінансового лізингу.
80. Сутність і послідовність здійснення лізингових угод.

Самостійна робота здобувача

- Тема 1. Психологія як наука та практика для вивчення поведінки споживачів
Тема 2. Пізнавальні психічні процеси
Тема 3. Емоційно-вольова сфера особистості споживача
Тема 4. Індивідуально-психологічні особливості споживачів
Тема 5. Діяльність особистості і її вплив на споживацькі переваги
Тема 6. Соціальні спільноти споживачів
Тема 7. Соціологія та психологія спілкування зі споживачами
Тема 8. Соціальна компетентність споживача
Тема 9. Соціологія та психологія спілкування з різними типами споживачів

16) Основна література:

1. Захарченко П. В., Юдічева О.П., Кутліна І. Ю., Шеремет М. М. Інфраструктура товарного ринку. Практикум; навч. посіб. Київ: Вид-во «Центр учбової літератури», 2021. 152 с.
2. Захарченко П.В., Юдічева О.П., Кутліна І.Ю. Інфраструктура товарного ринку: конспект лекцій. Київ: КНУБА, 2022. 248 с.
3. Тараєвська Л.С. Інфраструктура товарного ринку: навч. посіб.. Івано-Франківськ, ІФНТУНГ, 2020. 107 с.

17) Додаткові джерела:

1. Господарський кодекс України, 436-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
2. Журнал «Маркетинг в Україні» URL: <https://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php> Науковий рецензований журнал “Marketing and Management of Innovations (MMI) URL: <https://mmi.sumdu.edu.ua/ua/uammi/>
3. Державна служба статистики України URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Українська Асоціація Маркетингу URL: <https://www.uam.in.ua/>

18) Система оцінювання навчальних досягнень (розподіл балів):

Поточне оцінювання			Підсумковий контроль	Сума
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Індивідуальна (контрольна) робота		
30	30	10	30	100

19) Умови допуску до підсумкового контролю: Здобувачу, який має підсумкову оцінку за дисципліну від 35 до 59 балів, призначається додаткова залікова сесія. В цьому разі він повинен виконати додаткові завдання, визначені викладачем. Здобувач, який не виконав вимог робочої програми по змістових модулях, не допускається до складання підсумкового контролю. В цьому разі він повинен виконати визначене викладачем додаткове завдання по змісту відповідних змістових модулів в період між основною та додатковою сесіями. Здобувач має право на опротестування результатів контролю (апеляцію). Правила подання та розгляду апеляції визначені внутрішніми документами КНУБА, які розміщені на сайті КНУБА та зміст яких доводиться Здобувачам до початку вивчення дисципліни

20) Політика щодо академічної доброчесності: Тексти індивідуальних завдань (в т.ч. у разі, коли вони виконуються у формі презентацій або в інших формах) можуть перевірятись на плагіат. Для цілей захисту індивідуального завдання оригінальність тексту має складати не менше 70%. Виключення становлять випадки зарахування публікацій Здобувачів у матеріалах наукових конференціях та інших наукових збірниках, які вже пройшли перевірку на плагіат. Списування під час тестування та інших опитувань, які проводяться у письмовій формі, заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). У разі виявлення фактів списування з боку здобувача він отримує інше завдання. У разі повторного виявлення призначається додаткове заняття для проходження тестування.

21) Посилання на сторінку електронного навчально-методичного комплексу дисципліни:

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