

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ
СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Інфраструктура товарного ринку

Освітньо-професійна програма Маркетинг
спеціальність 075 Маркетинг
галузь знань 07 Управління та адміністрування

освітній ступінь бакалавр

Розробник:
Майборода Олена –
доцент кафедри маркетингу,
к.е.н.



Полтава
2021 р.

Назва навчальної дисципліни	Інфраструктура товарного ринку обов'язкова дисципліна професійної підготовки
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Майборода Олена Вікторівна , к.е.н. Контакти: ауд. 472, навчальний корпус №4 e-mail: olena.mayboroda@pdaa.edu.ua , тел.: 0669394048, сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/mayboroda-olena-viktorivna
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Спеціальність	075 Маркетинг
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню: «Економічна теорія», «Правознавство»

Мета вивчення навчальної дисципліни: ознайомлення майбутніх маркетологів з функціями й особливостями суб'єктів інфраструктури товарного ринку, які забезпечують і обслуговують систему товароруку, формування у студентів стійких знань з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку та її ролі в ринковій економіці.

Основні завдання навчальної дисципліни: сформувати у здобувачів вищої освіти компетенції за таким переліком: системно оцінювати техніко-економічні показники діяльності суб'єктів інфраструктурного комплексу; визначати доцільність та ефективність застосування окремих видів ринкових процесів; вивчати та впливати на попит і поведінку споживачів, визначати тенденції і напрями вимог споживачів до кількісних і якісних характеристик товарів (послуг); розробляти концепції та рекомендації з комплексного розвитку інфраструктури товарного ринку.

Компетентності:

Загальні:

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

Спеціальні (фахові) компетентності:

ФК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

ФК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

ФК 16. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в сфері маркетингу з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

Програмні результати навчання:

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

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

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

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.

Методи навчання:

- за джерелом знань

МН 1 – словесні методи: 1) лекція, 2) розповідь-пояснення; 3) бесіда;

МН 2 – наочні методи: 1) ілюстрування; 2) демонстрування;

МН 3 – практичні методи: 1) вправи; 4) практичні роботи; 5) робота з навчально-методичною літературою:

а) конспектування, б) тезування, анування, д) підготовка реферату

за логікою

МНЛ 1 – індуктивний;

МНЛ 2 – дедуктивний;

МНЛ 4 – аналітичний;

МНЛ 5 – синтетичний;

МНЛ 7 - узагальнення

за ступенем керівництва

МНСР 2 - робота під керівництвом викладача: самостійна робота; розв'язування задач; виконання практичних завдань;

2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності

МСМ 1- методи формування пізнавальних інтересів: 2) метод пізнавальної гри, 3) метод використання життєвого досвіду; 4) навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації;

МНК 2 - методи стимулювання і мотивації обов'язку й відповідальності:

1) роз'яснення мети навчального предмета; 2) висування вимог до вивчення предмета; 4) оперативний контроль;

3. Інноваційні методи навчання:

МНІ 1. - бінарні методи: 1) словесно-інформаційний, 2) словесно-проблемний; 3) словесно-евристичний,

МНІ 3. інтерактивні методи:

2) дискусії, диспути, 3) проектування професійних ситуацій; 6) мозковий штурм; 7) тренінгові заняття;

МНІ 4 – комп'ютерні і мультимедійні методи – 1) використання мультимедійних презентацій; 3) дистанційне навчання (MOODLE).

Методи контролю: залік, іспит.

Програма навчальної дисципліни:

Тема 1. Сутнісна характеристика товарного ринку.

Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку.

Тема 3. Принципи й особливості діяльності посередників на товарному ринку.

Тема 4. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність в інфраструктурі товарного ринку.

Тема 5. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність на товарному ринку.

Тема 6. Організація логістичної діяльності на товарному ринку.

Тема 7. Торгово-посередницька діяльність на товарному ринку.

Тема 8. Товарні біржі.

Тема 9. Макроорганізація оптової торгівлі.

Тема 10. Підприємства оптової торгівлі.

Тема 11. Підприємства роздрібної торгівлі.

Тема 12. Основи мерчандайзингу.

Тема 13. Лізинг.

Тема 14. Персональний продаж.

Тема 15. Нові форми продажу товарів і послуг.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 195 год.

Кількість кредитів 6,5

Форма семестрового контролю залік, іспит

Структура курсу

Назви тем	Кількість годин			
	075МАР бд 2021			
	усього	у т. ч.		
л		п	с.р.	
Тема 1. Сутнісна характеристика товарного ринку.	13	2	2	9
Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку.	14	4	2	8
Тема 3. Принципи й особливості діяльності посередників на товарному ринку.	14	4	2	8
Тема 4. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність в інфраструктурі товарного ринку.	14	4	2	8
Тема 5. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність на товарному ринку.	11	2	2	8
Тема 6. Організація логістичної діяльності на товарному ринку.	11	2	-	8
Тема 7. Торгово-посередницька діяльність на товарному ринку.	13	4	2	8
Тема 8. Товарні біржі.	11	2	-	8
Тема 9. Макроорганізація оптової торгівлі.	14	4	2	8
Тема 10. Підприємства оптової торгівлі.	12	2	2	8
Тема 11. Підприємства роздрібної торгівлі.	12	2	2	8
Тема 12. Основи мерчандайзингу.	14	2	2	10
Тема 13. Лізинг.	14	2	2	10
Тема 14. Персональний продаж.	14	2	2	10
Тема 15. Нові форми продажу товарів і послуг.	14	2	2	10
Усього годин	195	40	26	129

Політика оцінювання

1. Академічна доброчесність:

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавської державної аграрної академії. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

2. Дедлайни та перекладання:

Практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-30%). Перекладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.

3. Система оцінювання:

Оцінювання здійснюється за 100- бальною шкалою. Мінімальний бал для отримання позитивної оцінки – 60, максимальний бал – 100.

11. Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання					Разом
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат/презентація	Іспит	
1	2	3	4	5	6	7
1 семестр						
Тема 1. Сутнісна характеристика товарного ринку.	6	2	2			10
Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку.	6	2	2			10
Тема 3. Принципи й особливості діяльності посередників на товарному ринку.	6	2	2			10
Тема 4. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність в інфраструктурі товарного ринку.	6	2	2			10
Тема 5. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність на товарному ринку.	6	2	2			10
Тема 6. Організація логістичної діяльності на товарному ринку.	6	2	2			10

1	2	3	4	5	6	7
Тема 7. Торгово-посередницька діяльність на товарному ринку.	6	2	2			10
Тема 8. Товарні біржі.	6	2	2			10
За будь якою темою (реферат)				10		10
За будь якою темою (презентація)				10		10
Всього	48	16	16	20	x	100
2 семестр						
Тема 9. Макроорганізація оптової торгівлі.	6	2	2			10
Тема 10. Підприємства оптової торгівлі.	6	2	2			10
Тема 11. Підприємства роздрібною торгівлі.	6	2	2			10
Тема 12. Основи мерчандайзингу.	6	2	2			10
Тема 13. Лізинг.	6	2	2			10
Тема 14. Персональний продаж.	6	2	2			10
Тема 15. Нові форми продажу товарів і послуг.	6	2	2			10
За будь якою темою (реферат/презентація)				10		10
Разом						80
Іспит					20	20
Всього	42	14	14	10	20	100

Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Тараєвська Л.С. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2020. 107 с.
2. Тараєвська Л.С. Інфраструктура товарного ринку: практикум вивчення дисципліни. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2020 45 с.
3. Тараєвська Л.С. Інфраструктура товарного ринку: методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни, Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2019. 59 с.
4. Клевцсвич Н. А., Сментина Н. В. Управління інфраструктурними проектами: Навчальний посібник К.: Видавничий дім «Кондор», 2017, 170 с.
5. Карпов В., Шевченко-Перепьолкіна Р., Горбаченко С. Аналіз та прогнозування ринкової кон'юнктури. Видавництво «Кондор», 2019. 320 с.

Допоміжні

1. Батутіна А.П. Експертиза товарів: навчальний посібник К.: Видавничий дім «Кондор», 2019, 404 с.
2. Кодекс законів про працю України: чинне законодавство із змінами та допов. на 17 вересня 2019 року: Офіц. текст. К.: Алерта, 2019. 100 с.
3. Майборода О.В. Сучасний стан і перспективи розвитку інфраструктури продовольчого ринку. Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Збірник тез XIII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 18 травня 2021 року). Полтава: ПДАА. 2021. с. 76-78
4. Пилявець В.М., Озима В.В., Заруба В.П. Інфраструктура товарного ринку : навчальний посібник К. : Аграрна освіта, 2015. 255 с.
5. Професії майбутнього для України: наук.-практ. розробка / Л.М. Капченко, Н.В. Савченко, Л.Й. Літвінчук, О.В. Грамма. К.: ІПК ДСЗУ, 2017. 47 с.

6. Ринок праці та зайнятість в Україні: реалії та перспективи: колективна монографія / За наук. ред. С. Кожем'якіної, С. Калініної. К.: ІПК ДСЗУ, 2018. 424 с.

7. Річард Геммонд. Мистецтво роздрібно́ї торгівлі. Видавництво: КМ –БУКС, 2019, 416 с.

8. Річард Кох. Принцип 80/20. Видавництво «Форс», 2020.448 с.

Інформаційні ресурси

1. Інтернет-портал для управлінців. URL: <http://www/management.com.ua>.

2. Онлайн-Бібліотека. URL: <http://www.twirpx.com/file/82805/>.

3. Онлайн-Бібліотека. URL: <http://imanbooks.com/>.

4. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www/nbu.gov.ua>.

5. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.