

СИЛАБУС

| Базова інформація про дисципліну | |
|--|---|
| Шифр, назва дисципліни | DP031 Інфраструктура товарного ринку / Commodity Market Infrastructure |
| Рівень вищої освіти / фахової передвищої освіти | Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти |
| Галузь знань | 07 «Управління та адміністрування» |
| Спеціальність | 075 «Маркетинг» |
| Освітня програма | «Маркетинг» |
| Семестр | 2 |
| Факультет / відділення | Бакалаврської підготовки |
| Курс | 2 курс (за скороченою формою навчання) 4 курс (повний термін навчання) |
| Анотація курсу | Навчальна дисципліна спрямована на вивчення найбільш вагомих чинників впливу зовнішнього середовища, що представлені підприємствами та організаціями і які формують собою інфраструктуру товарного ринку, а також на формування у майбутніх фахівців системи теоретичних знань щодо розвитку інфраструктури товарного ринку як найважливішої частини ринкової економіки, управління діяльністю підприємства в просуванні, розподілі, зберіганні та продажу товарів (послуг), своєчасному забезпеченні потреб споживачів |
| Сторінка курсу в MOODLE | http://78.137.2.119:2929/course/view.php?id=508 |
| Мова викладання | українська |
| Лектор курсу | Полях Сергій, к.е.н., доцент кафедри економіки, управління та адміністрування |
| Місце дисципліни в освітній програмі | |
| Освітня програма | <i>Маркетинг:</i> http://csbc.edu.ua/documents/otdel/oop_m1.pdf |
| Перелік загальних компетентностей (ЗК) | ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. |
| Перелік спеціальних компетентностей (СК) | СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. 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. |
| Перелік програмних результатів навчання | ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські |

| | |
|---|---|
| | <p>рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>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.</p> |
| Опис дисципліни | |
| Структура навантаження на студента | <p>Загальна кількість годин – 120</p> <p>Кількість кредитів – 4</p> <p>Кількість лекційних годин – 30</p> <p>Кількість практичних занять – 30</p> <p>Кількість годин для самостійної роботи студентів – 60</p> <p>Форма підсумкового контролю – екзамен</p> |
| Методи навчання | <p>вербальний метод (лекція, бесіда, дискусія, пояснення);</p> <p>практичний метод (практичні, семінарські заняття);</p> <p>метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації, метод демонстрацій);</p> <p>робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анування, підготовка есе, доповіді тощо);</p> <p>метод проблемного викладання (монологічного викладу, міркування, діалогічний метод викладу);</p> <p>інтерактивні методи кооперованого та колективно-групового навчання (робота в групах, робота в парах, мозковий штурм);</p> <p>кейс-метод (вирішення ситуацій, проблемних завдань);</p> <p>інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані).</p> |
| Зміст дисципліни | |
| Тема 1. Сутнісна характеристика товарного ринку | <p>Поняття ринку як економічної категорії та структурованої частини економіки. Економічна сутність ринку споживчих товарів та послуг і його характеристика. Споживчий попит як форма прояву потреби та елемент ринку. Пропозиція споживчих товарів: особливості, джерела формування товарних ресурсів. Поняття кон'юнктури ринку.</p> |
| Тема 2. Сутність інфраструктури товарного ринку | <p>Поняття інфраструктури товарного ринку. Основні елементи інфраструктури сучасного ринку та їх характеристика. Роль та функції елементів інфраструктури товарного ринку. Механізм регулювання інфраструктури товарного ринку. Показник оцінки станку розвитку інфраструктури товарного ринку.</p> |
| Тема 3. Роздрібна торгівля, виставки та ярмарки | <p>Сутність та функції роздрібно торгівлі. Види роздрібно торгівельної мережі. Роздрібні торговельні підприємства та торговельні одиниці. Типи та формати роздрібних торговців. Ярмаркова та виставкова діяльність.</p> |
| Тема 4. Оптова торгівля | <p>Сутність та функції оптової торгівлі. Види оптової торгівлі. Структура та інфраструктура оптової торгівлі. Види оптових торговельних підприємств та їх класифікація. Складський товарно-технологічний процес на підприємствах оптової торгівлі.</p> |
| Тема 5. Торгово-посередницька діяльність на товарному ринках | <p>Поняття торгово-посередницької діяльності та її характеристика. Класифікація посередників. Основні функції посередників. Торгово-посередницькі операції. Організація роботи посередників.</p> |
| Тема 6. Маркетингові посередники в інфраструктурі товарного ринку | <p>Маркетингові посередники як основа інфраструктури товарного ринку. Рекламні та фінансові посередники в інфраструктурі товарного ринку. Консалтинг: поняття, види, переваги. Механізм</p> |

| | |
|--|---|
| | вибору та залучення маркетингових посередників |
| Тема 7. Товарні біржі та аукціонна мережа | Сутність біржової торгівлі та її роль в ринковій економіці. Види бірж та правові засади їх діяльності. Організація і технологія біржової торгівлі. Біржові товари. Особливості біржових угод на товарній біржі. Брокерська діяльність на товарній біржі. Поняття аукціонної торгівлі. Організаційні форми аукціонів. Технологія проведення аукціонів. |
| Тема 8. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність | Роль виробництва у забезпеченні товарного обігу. Транспортно-експедиційна діяльність на товарному ринку. Критерії вибору та чинники розвитку транспортно-експедиційних послуг. |
| Тема 9. Товарний оборот суб'єктів торговельної діяльності | Сутність товарообороту як показника господарської діяльності торговельного підприємства. Класифікація товарообороту, характеристика його окремих видів та форм. Фактори, що здійснюють вплив на обсяг товарообороту. Управління товарооборотом торговельного підприємства. Аналіз товарообороту підприємства торгівлі. Планування обсягу та структури товарообороту торговельного підприємства. |
| Тема 10. Лізинг | Визначення та економічне значення лізингу. Суб'єкти, об'єкти та предмет лізингової діяльності. Класифікаційна характеристика видів та форм лізингу. Права та обов'язки лізингодержувача. Методика розрахунку окремих складових лізингового платежу. |
| Тема 11. Франчайзинг | Поняття франчайзингу. Суб'єкти франчайзингу. Франшиза. Франчайзинговий пакет. Види франчайзингу. Послуги, що надаються франчайзі. Європейський кодекс етики франчайзингу. |
| Тема 12. Персональний продаж на товарному ринку | Суть та завдання персонального продажу товарів. Зміст та основні етапи ефективного персонального продажу. Ключові вимоги до торгових агентів та їхньої роботи. |
| Політика дисципліни | |
| Політика відвідування | Регулярне відвідування всіх видів занять, своєчасність виконання самостійної роботи. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання зорганізується в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу. |
| Політика щодо дедлайнів та перескладання | Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. |
| Академічна доброчесність | У випадку недотримання політики академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво) передбачено повторне проходження оцінювання. |
| Система оцінювання | |
| Поточний контроль здійснюється протягом семестру під час проведення практичних, семінарських та інших видів занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту отримати атестацію з предмету – 60 балів); підсумковий/ семестровий контроль, проводиться у формі заліку відповідно до графіку навчального процесу. Підсумкова оцінка за умови заліку виставляється як загальна сума балів, набраних за результатами поточного контролю. | |
| Види навчальної роботи | Мах кількість балів |
| Опитування та виконання завдань на семінарських заняттях (5 тем по 4 бали) | 20 |
| Модульні контрольні роботи (2 к.р.) | 20 |
| Презентація | 10 |
| Індивідуально-дослідна робота | 20 |
| Екзамен | 30 |
| Разом | 100 |

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Шкала оцінювання

| ECTS | Бали | Зміст |
|------|--------|---|
| A | 90-100 | Бездоганна підготовка в широкому контексті |
| B | 80-89 | Повні знання, міцні вміння |
| C | 70-79 | Хороші знання та вміння |
| D | 65-69 | Задовільні знання, стереотипні вміння |
| E | 60-64 | Виконання мінімальних вимог діяльності в стандартних умовах |
| FX | 35-59 | Слабкі знання, відсутність умінь |
| F | 1-34 | Необхідний повторний курс |

Список рекомендованих джерел

1. Барабанова В.В. Інфраструктура товарного ринку: метод. рек. до вивч. дисц. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. 51с.
2. Белявцев М.І., Шестопалова Л.В. Інфраструктура товарного ринку. Київ: Центр навчальної літератури, 2015. 416 с.
3. Калюжна В.О. Інфраструктура ринку: конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «Бакалавр» спеціальності 073 «Менеджмент», 281 «Публічне управління та адміністрування» денної та заочної форми навчання. Миколаїв: МНАУ, 2020. 79 с.
4. Пасічник В.Г., Акіліна О.В. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2015. 136 с.
5. Пилявець В.М., Озима В.В., Заруба В.П. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник. Київ: Аграрна освіта, 2015. 255 с.
6. Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять: ДСТУ 4303:2004. Національний стандарт України. від 01.07. 2005 р. URL: <http://www.dt-kt.com/natsionalniy-standart-ukrayini-dstu-4303-2004-rozdribna-ta-optova-torgivlya/>
7. Савощенко А.С. Інфраструктура товарного ринку: Навч. Посібник. Київ: КНЕУ, 2005. 366 с.
8. Сігаєва Т.Є. Інфраструктура товарного ринку, товарознавство: методичні рекомендації до практичних завдань та самостійної роботи студентів спеціальності 073 «Менеджмент» першого рівня. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. 43 с.
9. Таранюк Л.М. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.
10. Ткач А.А. Інституціональні основи ринкової інфраструктури: монографія. К.: НАН України, Об'єднаний ін-т економіки, 2015. 295 с.
11. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник. Савицька Н.Л. та інш. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2017. 214 с.
12. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2016. 320 с.
13. Dinesh K.Gauri, Rupinder P.Jindal, Brian Ratchford Edward Fox and other. Evolution of retail formats: past, present, and future. Journal of Retailing. 2021. Volume 97, Issue 1. P. 42-61.
14. Martin Diehl, Biliana Alexandrova-Kabadjova, Richard Heuver, Serafín Martínez-Jaramillo Analyzing the Economics of Financial Market Infrastructures. Hershey, PA: Business Science Reference, an imprint of IGI Global, 2016. 1st Edition. 410 p.

