



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### «ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ»



Галузь знань	07 «Управління і адміністрування»	Освітній рівень	бакалавр					
Спеціальність	075 «Маркетинг»	Семестр	6					
Освітньо-професійна програма	«Маркетинг»	Тип дисципліни	Вільного вибору циклу професійної підготовки					
Факультет	Економіки і менеджменту	Кафедра	Менеджмент					
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	Вид контролю
	4	120	18	-	36	-	66	Залік

### ВИКЛАДАЧІ

**Контактна інформація для зв'язку з викладачем:** - місцезнаходження робочого місця викладача : ДДМА, II корпус, кафедра «Менеджмент», ауд. 2426;  
- робочий телефон: 062-641-68-85, [menegment2426@gmail.com](mailto:menegment2426@gmail.com), [managment@dgma.donetsk.ua](mailto:managment@dgma.donetsk.ua); Дні занять та консультацій: за поточним розкладом



#### Фоміченко Інна Петрівна

Кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту. Досвід роботи - 23 роки.  
Автор понад 50 наукових та навчально-методичних праць, в тому числі 9 монографій з актуальних проблем економіки та управління.  
Провідний лектор з дисциплін: «Маркетинг», «Управління попитом», «Стратегія підприємства».  
Е - mail робітник: [inna\\_fomichenko@ukr.net](mailto:inna_fomichenko@ukr.net); Никнейм в Skype: [Inna Fomichenko](https://www.skype.com/user/Inna_Fomichenko).



#### Баркова Світлана Олександрівна

Асистент кафедри менеджменту  
Досвід роботи - 20 років.  
Автор понад 25 публікації, із них 20 наукових та 5 навчально - методичного характеру, в тому числі 20 в фахових виданнях.  
Співавтор 5 монографій.  
Асистент з дисциплін: Основи конкурентоспроможності, Маркетинг, Маркетингова політика комунікацій.  
Е - mail робітник: [sveta-barkova@ukr.net](mailto:sveta-barkova@ukr.net)

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

#### Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	«Економіка підприємства», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Менеджмент», «Організація підприємницької діяльності», «Маркетинг промислового виробництва»
Освітні компоненти для яких є базовою	Кваліфікаційна робота бакалавра

**Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми**

**Soft- skills / Загальні компетентності**

**Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції**


**ЗК3.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.  
**ЗК4.** Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.  
**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.  
**ЗК12.** Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).  
**ЗК13.** Здатність працювати в міжнародному контексті.

**СК1.** Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.  
**СК3.** Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.  
**СК4.** Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.  
**СК5.** Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.  
**СК6.** Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.  
**СК7.** Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.  
**СК8.** Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.  
**СК9.** Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.  
**СК10.** Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.  
**СК11.** Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.  
**СК13.** Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.  
**СК14.** Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

**Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – Р)**

**Р3.** Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.  
**Р4.** Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.  
**Р6.** Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.  
**Р8.** Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.  
**Р19** Реалізовувати функції маркетингу в умовах промислового виробництва та B2B-ринку

## ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

<b>Анотація</b>	курс орієнтовано на вивчення та засвоєння знань з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку, управління діяльністю підприємства в галузі просування, зберігання та продажу товарів і послуг, забезпечення потреб споживачів. З'ясовуються функції та особливості суб'єктів інфраструктури товарного ринку, які забезпечують і обслуговують систему товароруху. Важливим у контексті вивчення курсу є розуміння важливості забезпечення безперешкодного функціонування ринкового механізму обігу товарів та послуг який вимагає чіткої взаємодії усіх учасників ринку. Пропонується застосування специфічних та інноваційних маркетингових прийомів, придатних для застосування в сучасних умовах.
<b>Мета</b>	формування теоретичних і практичних знань з інфраструктури товарного ринку, управління діяльністю підприємства в галузі просування, зберігання та продажу товарів і послуг, забезпечення потреб споживачів.
<b>Формат</b>	Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), підсумковий контроль –залік (очний, дистанційний формат).
<b>«Правила гри»</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Курс передбачає роботу в колективі.</li><li>✓ Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.</li></ul> <p><b>Політика щодо дедлайнів та перекладання</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.</li><li>✓ Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.</li><li>✓ Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.</li><li>✓ Якщо студент відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.</li><li>✓ Студент, який спізнився, вважається таким, що пропустив заняття з неповажної причини з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.</li><li>✓ За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент видаляється з заняття, за заняття отримує 0 балів.</li></ul> <p><b>Політика академічної доброчесності</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів.</li></ul>

## СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

<b>Лекція 1</b>	Тема 1. Суть та характеристика інфраструктури товарного ринку	<b>Практичне заняття 1, 2</b>	<i>Заняття 1</i> (семінар). Інфраструктура товарного ринку та її місце в ринковій економіці. Складові інфраструктури товарного ринку та їх характеристика. Ефективність функціонування інфраструктури товарного ринку. Особливості функціонування інфраструктури аграрного товарного ринку <i>Заняття 2</i> (практичне заняття). Індивідуальна самостійна робота	<b>Самостійна робота</b>	1. Яке місце в ринковій економіці займає інфраструктура товарного ринку
<b>Лекція 2,</b>	Тема 2. Сутність та особливості товарного ринку	<b>Практичне заняття 3, 4</b>	<i>Заняття 3</i> (семінар) Зміст, поняття і характеристика ринку. Складові ринку та його функції. Класифікація та види ринків. Особливості державного регулювання товарного ринку. <i>Заняття 4</i> (практичне заняття). Рішення задач		2. Охарактеризуйте елементи інфраструктури товарного ринку
<b>Лекція 3</b>	Тема 3. Діяльність маркетингових посередників в інфраструктурі товарного ринку	<b>Практичне заняття 5, 6</b>	<i>Заняття 5</i> (семінар) Маркетингові посередники як основа інфраструктури товарного ринку. Торгово-посередницька діяльність в інфраструктурі товарного ринку. Види посередників. <i>Заняття 6</i> Рекламні та фінансові посередники в інфраструктурі товарного ринку. Консалтинг: поняття, види, переваги. Механізм вибору та залучення маркетингових посередників (практичне заняття) Індивідуальна самостійна робота		3. Опишіть особливості функціонування інфраструктури товарного ринку.
<b>Лекція 4</b>	Тема 4. Особливості організації посередницької діяльності на товарному ринку	<b>Практичне заняття 7, 8</b>	<i>Заняття 7</i> (семінар) Характеристика посередницької діяльності. Функції посередників. Організація роботи посередників. Кооперація в торгівлі <i>Заняття 8</i> (практичне заняття) Рішення задач		4. Назвіть основні поняття ринку. Розкрийте складові ринку та опишіть їхні функції.
<b>Лекція 5</b>	Тема 5. Суть і місце гуртової торгівлі в ринковому процесі	<b>Практичне заняття 9, 10</b>	<i>Заняття 9</i> (семінар) Суть, роль і функції гуртової торгівлі в ринковому процесі. Форми та рівні організації гуртової діяльності. Основні види гуртових посередників. <i>Заняття 10</i> (практичне заняття) Зміст та основні етапи ефективного персонального продажу. Ключові вимоги до торгових агентів та їхньої роботи. Індивідуальна самостійна робота		5. Охарактеризуйте товарний ринок.
<b>Лекція 6</b>	Тема 6. Характеристика підприємств гуртової торгівлі	<b>Практичне заняття 11,12</b>	<i>Заняття 11</i> (семінар) Загальна характеристика діяльності підприємств гуртової торгівлі. Типи та види гуртових підприємств, їх класифікація та ха-		6. Розкрийте зміст поняття «маркетинговий посередник». Назвіть основні види посередників.
					7. Охарактеризуйте діяльність рекламних посередників в інфраструктурі товарного ринку
					8. Що таке консалтинг?
					9. Охарактеризуйте процес організації гуртових закупівель товарів
					10. Назвіть основні функції, які виконують посередники
					11. Опишіть процес кооперації в гуртовій торгівлі
					12. Суть та зміст мерчандайзингу. Особливості застосування технологій мерчандайзингу у виробництві та збуті.
					13. Інструменти комунікацій в мерчандайзингу. Комунікаційні засоби просування на місцях продажів.
					14. Суть та завдання персонального продажу товарів. Зміст та основні етапи ефективного персонального продажу. Ключові вимоги до торгових агентів та їхньої роботи.
					15. Поняття та функції лізингу. Об'єкти та суб'єкти лізингових відносин.
					16. Класифікація та характеристика основних форм лізингу

			<p>рактеристика. Організація гуртової закупівлі товарів. Гуртовий продаж товарів. Послуги підприємств гуртової торгівлі</p> <p><i>Заняття 12</i> (практичне заняття) Рішення задач</p>
Лекція 7	Тема 7. Підприємства роздрібно торгівлі	Практичне заняття 13,14	<p><i>Заняття 13</i> (семінар) Сутність та роль роздрібно торгівлі. Класифікація підприємств роздрібно торгівлі. Функції роздрібних торгових підприємств. Спеціалізація підприємств роздрібно торгівлі. Принципи розміщення підприємств роздрібно торгівлі.</p> <p><i>Заняття 14</i> (практичне заняття) Індивідуальна самостійна робота</p>
Лекція 8	Тема 8. Виробнича діяльність в інфраструктурі товарного ринку	Практичне заняття 15,16	<p><i>Заняття 15</i> (семінар) Роль виробництва у забезпеченні товарного обігу. Транспортно-експедиційна діяльність на товарному ринку. Критерії вибору та чинники розвитку транспортно-експедиційних послуг.</p> <p><i>Заняття 16</i> (практичне заняття) Рішення задач</p>
Лекція 9	Тема 9. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність в інфраструктурі товарного ринку промислового підприємства	Практичне заняття 17,18	<p><i>Заняття 17</i> (семінар) Суть та призначення інформаційної діяльності в інфраструктурі товарного ринку. Місце та роль інформаційно-консультаційних та маркетингово-збутових центрів на товарному ринку.</p> <p>Джерела маркетингової інформації та методи її збору. Організаційно-комерційні послуги: суть, види.</p> <p><i>Заняття 18</i> (практичне заняття) Контрольна робота</p>

## МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Комп'ютери с програмним забезпеченням для виконання практичних робіт: HohliBuilder, GoogleCharts, Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки; Microsoft PowerPoint – візуалізація даних; Microsoft Power BI – аналітика та візуалізація даних.  
Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;  
Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://moodle-new.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=2091>



## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна література	<ol style="list-style-type: none"> <li>Закон України Про інвестиційну діяльність від 18.09.1991 № 1560-XII.</li> <li>Інфраструктура товарного ринку: навч. посіб. / Пилявець В.М., Озима В.В., Заруба В.П. – К.: Аграрна освіта, 2015. – 255с.</li> <li>Ємельянов С.А. ІТ-інфраструктура організації. Навчальний посібник. 2021. 146 с.3.Валігурський Д.І. Організація комерційної діяльності в інфраструктурі ринку. Підручник для бакалаврів. 2019. 300с.</li> <li>Шубіна О.О.Інфраструктура товарного ринку: Теоретичні засади: Підручник., К.:Знання, 2009. 379с.</li> </ol>	Додаткові джерела	<ol style="list-style-type: none"> <li>Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://www.nbuv.gov.ua">http://www.nbuv.gov.ua</a>.</li> <li>Офіційний веб-сайт Української Асоціації Маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://uam.in.ua/">http://uam.in.ua/</a></li> <li>Архів Журналу «Маркетинг в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php">http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php</a></li> </ol>
--------------------	--	-------------------	--

## СИСТЕМА ОЦІНКИ

Склад модулів		Сума балів	ECST	Оцінка	Рівень компетентності
Форми та методи контролю	Рейтингова оцінка, бали	90 - 100	A	<b>відмінно</b>	<b>Високий</b> Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.
Індивідуальна самостійна робота	50	81 - 89	B	<b>добре</b>	<b>Достатній</b> Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни
Тестове опитування №1	18	75 - 80	C		<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.
Тестове опитування №2	18	65 - 74	D	<b>задовільно</b>	<b>Середній</b> Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни
		55 - 64	E		<b>Середній</b> Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни
Підсумкова контрольна робота	14	30 - 54	FX	<b>незадовільно</b>	<b>Низький</b> Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни
Підсумкова атестація	100	0 - 29	F		<b>Незадовільний</b> Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни

## ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Вид навчальних занять та контролю	Розподіл між навчальними тижнями																		Вид підсумкового семестрового контролю
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
Лекції		2		2		2		2		2		2		2		2		2	<b>ЗАЛІК</b>
Практ. заняття	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Сам. робота	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
Консультації				Конс						Конс						Конс			
Поточний контроль	ВК	УО	ПЗ	УО	ПЗ	УО	ПЗ	УО	ПЗ		ПЗ	УО	ПЗ	УО	ПЗ	УО	ПЗ		
Модулі	●				М1				●	●				М2				●	
Контрольна робота																		КР	
Контроль самостійної роботи				ПК СР		ПК СР				ПКСР				ПК СР					

ВК – вхідний контроль; УО – поточне усне опитування; КР – письмова контрольна робота; ПКСР – проміжний контроль самостійної роботи; Конс. – консультація.

Опитування з приводу оцінювання якості викладання дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»

[https://docs.google.com/forms/d/1HX\\_Hv-Vrwl\\_ZdMxg\\_UFV4d6lkr6S6WS2eR\\_2bKw6gkE/edit](https://docs.google.com/forms/d/1HX_Hv-Vrwl_ZdMxg_UFV4d6lkr6S6WS2eR_2bKw6gkE/edit)


Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни

Результати опитування можна знайти за посиланням: <http://moodle-new.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=2091>




Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри Менеджмент  
Протокол № 1 від 29.08.2023


**Завідувач кафедри:**

 /Фоміченко І.П./

**Розробник:**

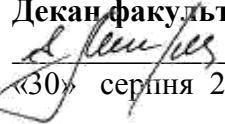
 /Фоміченко І.П./

**Гарант освітньої програми:**

 /Бурцева О.Є./

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**

**Декан факультету:**

 /Мироненко Є.В./

«30» серпня 2023 р.