


(Ф 03.02 – 110)


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра маркетингу



УЗГОДЖЕНО
Декан ФЕБА


С.Ф. Смерічевський
«10» 06 2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчальної роботи


А. Полухін
«17» 06 2021 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Інфраструктура товарного ринку»

Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	3	105 / 3.5	17	34	–	54	1 ДЗ – 3с	-	Екзамен – 3 с
Заочна	3, 4	105 / 3.5	8	4	–	93	1 К.р – 4с	-	Екзамен – 4 с

Індекс: РБ-6-075-1/21 – 2.1.23

Індекс: РБ-6-075-1з/21 – 2.1.23

СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021



Система менеджменту якості.
Робоча програма
навчальної дисципліни
«Інфраструктура товарного ринку»

Шифр
документа

СМЯ НАУ
РП 11.01.03-01-2021

Стор. 2 із 13

Робочу програму навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Маркетинг», навчальних та робочих навчальних планів № НБ-6-075-1/21, РБ-6-075-1/21 та № РБ-6-075-13/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробив:

старш. викладач кафедри маркетингу  Хайдарова Т.М.

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Маркетинг», спеціальності 075 «Маркетинг» – кафедри маркетингу, протокол № 9 від « 13 » 05 2021 р.

Гарант освітньо-професійної програми  Сібрук В.Л.

Т.в.о. завідувача кафедри  Радченко Г.А.


Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № 5 від « 19 » 03 2021 р.

Голова НМРР  Тофанчук А.Т.

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 3 із 13	

ЗМІСТ

	сторінка
Вступ	4
1. Пояснювальна записка	4
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна	5
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	6
2. Програма навчальної дисципліни	6
2.1. Зміст навчальної дисципліни	6
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля	6
2.3. Тематичний план	9
2.4. Домашнє завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН)...	9
2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену.....	10
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	10
3.1. Методи навчання	10
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	11
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет	11
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь..	12

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 4 із 13	

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА


1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.

Місце: дана навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця з маркетингу у розумінні особливостей товарного ринку і специфіки застосування методичного інструментарію сучасної інфраструктури ринку в умовах розвитку ринкових відносин.

Метою навчальної дисципліни є дослідження актуальних аспектів розвитку елементів інфраструктури як підґрунтя цілісної економічної системи України за умов реалізації концепції сталого розвитку і засвоєння знань з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку, управління діяльністю підприємства в галузі просування, зберігання та продажу товарів і послуг, забезпечення потреб споживачів.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- надання знань про сутність інфраструктури товарного ринку та її роль у ринковій економіці;
- організацію та планування діяльності інфраструктурних підприємств на ринку;
- опанування системи показників інфраструктури товарного ринку та методи їх формування;
- набуття вмінь самостійно виконувати техніко-економічні розрахунки, пов'язані з аналізом та обґрунтуванням ефективного функціонування і розвитку інфраструктури товарного ринку.
- озброїти студентів системою знань у сфері теоретичних, методичних, інформаційних основ системи товарного ринку;
- вивчити основні поняття системи інфраструктури товарного ринку;
- навчити прийомам набуття практичних навичок щодо розв'язання завдань, що стосуються ефективного функціонування ринкової інфраструктури;
- формування вмінь творчого пошуку управлінських рішень з удосконалення функціонування сфери обігу;
- закріплення вмінь самостійного дослідження та обґрунтування проектних рішень і вирішення широкого кола завдань, пов'язаних з забезпеченням потреб споживачів.
- забезпечити засвоєння студентами методичного інструментарію сучасної інфраструктури ринку,

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 5 із 13	


- оволодіння навичками творчого критичного підходу до оцінки викладених у спеціальній методичній літературі точок зору щодо розвитку ринкової структури, діючого механізму реалізації підприємницьких здібностей;
- забезпечити вироблення вмінь та навичок впровадження і використання управлінських рішень на практиці діяльності підприємств;
- забезпечити зацікавленість студентів в активній навчальній та науково-дослідній роботі.

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

- Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію (ПРН4).
- Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності (ПРН6).
- Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища (ПРН8).
- Прогнозувати платоспроможний попит, визначити перспективні цільові сегменти споживачів, обґрунтовувати інноваційні методи управління товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик підприємства на всіх типах ринків (ПРН23).

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

- Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов (ІК).
- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК3).
- Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4).
- Здатність проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК8).
- Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (ФК1).
- Здатність до розуміння змісту і характеру професійної діяльності маркетолога на промисловому, споживчому та електронному ринках товарів і послуг та прийняття управлінських рішень в сфері маркетингу щодо інноваційного розвитку підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища (ФК15).
- Здатність розуміти особливості товарної політики підприємства, формувати оптимальний асортимент, аналізувати та проектувати ефективні (дієві, двосторонні) комунікації зі споживачами товарів та послуг, розуміти, планувати і організовувати потокове управління ланцюгами поставок товарів і послуг, приймати оптимальні рішення щодо процесів управління елементами комплексу

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 6 із 13	

маркетингу суб'єктів господарювання, які працюють на всіх видах ринків в сучасних умовах (ФК19)

1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Дана дисципліна базується на знаннях таких дисциплін, як Маркетинг: Вступ до спеціальності, Маркетинг, Організаційна поведінка, Інформаційно-комунікаційні системи і технології, та є базою для вивчення подальших дисциплін, а саме: Основи маркетингу на транспорті, Бізнес-планування та бюджетування, Маркетингові дослідження, Товарознавство, Поведінка споживача.

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного **навчального модуля № 1 «Інфраструктура товарного ринку»**, який є логічною завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля Модуль № 1 «Інфраструктура товарного ринку»

Інтегровані вимоги модуля №1:

знати:

- поняття, категорії та чинники, що відображають сутність інфраструктури товарного ринку;
- основні структурні елементи інфраструктури товарного ринку;
- роль, функції, види діяльності та взаємодії елементів інфраструктури товарного ринку;
- форми і методи регулювання ринкових процесів у сфері товарообігу;
- показники, що характеризують стан інфраструктури товарного ринку та ефективність діяльності її окремих структурних елементів;
- загальні особливості класифікації та кодування товарів;
- властивості й показники асортименту товарів;
- основи інформаційного забезпечення товароруху;

вміти:

- ідентифікувати способи, можливості та умови використання елементів інфраструктури товарного ринку в діяльності підприємства;
- формувати поведінку та оцінювати діяльність підприємства на товарному ринку;
- застосовувати методичний інструментарій розроблення та реалізації завдань управління рухом товарів в умовах конкретної інфраструктури товарного ринку;
- оцінювати економічну ефективність та наслідки реалізації рішень щодо управління рухом товарів;



- використовувати методи наукового пізнання товарів, їх загальних споживних властивостей;
- проводити ідентифікацію товарів у процесі логістичної діяльності підприємства;
- аналізувати товарну інформацію.

Тема 1. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку

Сутність та характеристика товарного ринку. Поняття, економічний зміст і класифікація ринків. Умови функціонування та особливості товарного ринку. Основні функції товарного ринку. Види ринкових процесів на товарному ринку. Форми і методи регулювання товарного ринку. Сутність і зміст інфраструктури товарного ринку. Сутність інфраструктури ринку. Роль і місце інфраструктури товарного ринку в ринковому процесі. Класифікація інфраструктури товарного ринку. Характеристика основних елементів інфраструктури товарного ринку. Функції інфраструктури товарного ринку та макроекономічні показники її функціонування. Проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку.

Тема 2. Організація посередницької діяльності на товарному ринку


Принципи та особливості діяльності маркетингових посередників. Способи доведення продукції до споживачів. Види посередників та особливості їх діяльності на товарному ринку. Характеристика маркетингових посередників. Організація посередницької діяльності на товарному ринку. Функції посередників на товарному ринку. Форми організації посередницької діяльності. Особливості організації оптових закупівель та продажу товарів. Характеристика договірних взаємовідносин між виробниками й оптовими посередниками. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку. Принципи організації та ознаки торговельно-посередницької діяльності на товарному ринку. Ціноутворення в торговельно-посередницькій діяльності. Види знижок до ціни товару. Збутові мережі та канали розподілу. Основні етапи формування каналів розподілу.

Тема 3. Оптова торгівля

Макроорганізація оптової торгівлі. Сутність і місце оптової торгівлі в ринковому процесі. Функції та призначення оптової торгівлі. Форми та рівні організації оптової торгівлі. Макроекономічні показники оптової торгівлі. Підприємства оптової торгівлі. Завдання та функції підприємств оптової торгівлі. Класифікація підприємств оптової торгівлі. Організаційні структури підприємств оптової торгівлі та особливості їх діяльності. Класифікація послуг оптової торгівлі.

Тема 4. Роздрібна торгівля

Поняття та економічна сутність роздрібною торгівлі. Сутність, завдання і види роздрібною торгівлі. Особливості роздрібною торгівлі в ринкових умовах. Функції роздрібною торгівлі. Форми та методи роздрібною торгівлі. Підприємства роздрібною торгівлі. Види та основні правила роботи роздрібних торговельних підприємств. Маркетингові рішення в роздрібною торгівлі. Послуги роздрібних

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 8 із 13	

магазинів. Основні вимоги до організації та оформлення підприємств роздрібної торгівлі.

Тема 5. Організація логістичної діяльності на товарному ринку

Виробнича діяльність у сфері товарообігу. Сутність виробничих процесів у сфері обігу. Види виробничої діяльності у торгівлі. Умови надання виробничих послуг. Складське господарство. Роль і функції складів у процесі товароруку. Основні завдання складського господарства на товарному ринку. Класифікація товарних складів. Організація складського господарства. Транспортно-експедиційна діяльність на товарному ринку. Транспортна система та її характеристики. Характеристика транспортно-експедиційної діяльності. Види транспортно-експедиторських послуг. Методи транспортного обслуговування споживачів.

Тема 6. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність

Інформаційна діяльність в інфраструктурному комплексі. Сутність та значення інформаційної діяльності в сучасній ринковій економіці. Особливості продуктів інформаційної діяльності. Види інформаційних послуг. Сутність комерційної інформації та комерційної таємниці. Види підприємств, що надають інформаційні послуги. Організаційно-комерційна діяльність. Зміст організаційно-комерційної діяльності. Особливості продуктів організаційно-комерційної діяльності. Характеристика основних суб'єктів організаційно-комерційної діяльності. Виставки і ярмарки як суб'єкти організаційно-комерційної діяльності.

Тема 7. Організатори оптового обігу товарів та послуг

Організовані товарні ринки. Роль та місце організованих товарних ринків. Види організованих товарних ринків. Аукціон: сутність, види та порядок проведення. Особливості аукціонних торгів. Класифікація тендерів. Етапи організації і проведення тендерів. Товарні біржи. Сутність біржової торгівлі. Функції біржової торгівлі. Особливості біржового товару. Класифікація товарних бірж. Організаційна структура товарної біржі. Організація процесу біржової торгівлі. Форми та методи проведення біржових торгів.

Тема 8. Лізинг та персональний продаж

Лізинг на товарному ринку. Сутність лізингової діяльності. Суб'єкти та об'єкти лізингової діяльності. Види та класифікація лізингових операцій. Правові аспекти й економічні основи лізингової діяльності. Механізм розрахунку лізингових платежів. Персональний продаж: форми та особливості. Сутність і завдання персонального продажу товарів. Форми персонального продажу. Основні етапи ефективного персонального продажу та їх зміст. Залучення, відбір і організація роботи торгових агентів для здійснення персональних продажів товарів.




2.3. Тематичний план.

№ пор	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)								
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання				
		Усьо го	Ле кці ї	Прак · заня тя	СР С	Усь ого	Ле кці ї	Прак · заня тя	СР С	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Модуль №1 «Інфраструктура товарного ринку»										
1.1	Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку	3 семестр				3 семестр				
		11	2	2 2	5	12	2	-	10	
1.2	Організація посередницької діяльності на товарному ринку	8	2	2 2 2	4	12	2	-	10	
1.3	Оптова торгівля	11	2	2 2	5	6	-	-	6	
1.4	Роздрібна торгівля	11	2	2 2	5	4 семестр				
1.5	Організація логістичної діяльності на товарному ринку	8	2	2 2	4	17	1	1	15	
1.6	Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність	11	2	2 2	5	17	1	1	15	
1.7	Організатори оптового обігу товарів та послуг	11	2	2 2	5	17	1	1	15	
1.8	Лізинг та персональний продаж	11	2	2 2	5	16	1	1	14	
1.9	Домашнє завдання	8	-	-	8	-	-	-	-	
1.10	Модульна контрольна робота №1	6	1	-	4	-	-	-	-	
1.11	Контрольна (домашня) робота (ЗФН)	-	-	-	-	8	-	-	8	
Усього за модулем №1		105	17	34	54	105	4	4	67	
Усього за навчальною дисципліною		105	34	17	54	105	8	4	93	

2.4. Домашнє завдання.

В третьому семестрі студенти виконують домашнє завдання (ДЗ), відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань та вмінь, набутих у

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 10 із 13	

процесі засвоєння навчального матеріалу дисципліни в області електронного маркетингу.

Конкретна мета ДЗ полягає в отриманні уявлення про основи та особливості маркетингу на товарному ринку, про завдання та їх вирішення в цій сфері, про особливості використання маркетингових інструментів в бізнес-середовищі та формування у студентів умінь застосовувати ці інструменти та методи у практичній діяльності.

Для успішного виконання ДЗ студент повинен **знати** поняття й принципи управління маркетингом на товарному ринку, поняття, категорії та чинники, що відображають сутність інфраструктури товарного ринку; основні структурні елементи інфраструктури товарного ринку; роль, функції, види діяльності та взаємодії елементів інфраструктури товарного ринку; форми і методи регулювання ринкових процесів у сфері товарообігу та **вміти** аналізувати товарну інформацію, ідентифікувати способи, можливості та умови використання елементів інфраструктури товарного ринку в діяльності підприємства; формувати поведінку та оцінювати діяльність підприємства на товарному ринку; застосовувати методичний інструментарій розроблення та реалізації завдань управління рухом товарів в умовах конкретної інфраструктури товарного ринку; оцінювати економічну ефективність та наслідки реалізації рішень щодо управління рухом товарів.

Виконання, оформлення та захист ДЗ здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

Час, потрібний для виконання ДЗ, – до 8 годин самостійної роботи.

Для студентів **ЗФН** – завдання для виконання контрольної роботи розробляються автором робочої програми. Навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри, доводяться до відома студента індивідуально і виконуються відповідно до методичних рекомендацій. Наприклад, номер варіанту теоретичної частини та практичної частини визначається за першою літерою прізвища та останньою цифрою індивідуального навчального плану студента.


2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену.

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до екзамену, розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доноситься до відома студентів.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 11 із 13	

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Балабан П. Ю. Комерційна діяльність: підручник / П. Ю. Балабан. – Харків : Світ Книг, 2015. – 452 с

3.2.2. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. / О. А. Біловодська. – Київ : Знання, 2011. – 495 с.

3.2.3. Куцик П.О. Глобальна економіка: принципи становлення, функціонування, регулювання та розвитку: монографія / П.О. Куцик, О.І. Ковтун, Г.І. Башнянин. – Львів: Видавництво ЛКА, 2015. – 594 с.

3.2.4. Павлова В. А. Комерційне товарознавство : навч. посіб. / [В. А. Павлова, Г. А. Рижкова, Л. А. Гончра та ін.]. – Київ : Кондор, 2012. – 286 с.

3.2.5. Ортинська В.В. Маркетингові дослідження: підручник / В.В. Ортинська, О.М. Мельникович. – 2-ге вид., доповн. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 436 с.

3.2.6. Світовий ринок товарів та послуг : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 720 с.

3.2.7. Шкапова О.М. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібн. К.: МАУП, 2014. 180 с.

3.2.8. Прокопенко О.В. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібн. / О.В. Прокопенко, В.Ю. Школа, О.О. Дегтяренко, С.М. Махнуша. К.: Центр учбової літератури, 2014. 296 с.

3.2.9. Ткач А.А. Інституціональні основи ринкової інфраструктури: монографія. К.: НАН України, Об'єднаний ін-т економіки, 2015. 295 с.

Допоміжна література

3.2.10. Бойчик І.М. Ринкова інфраструктура: сутність та характеристика / Сталий розвиток економіки. 2013. № 3(20). С. 34-41.

3.2.11. Жежуха В.Й. Маслак О.О, Маслак В.О. Ринкова інфраструктура та її вплив на економічне зростання виробництва: теоретичні та прикладні засади: монографія. Львів, 2010. 204 с.

3.2.12. Товарні біржі України: аналіз діяльності, законодавче поле, перспективи розвитку / За ред. П.Т. Саблука, О.М Шпичака. К.: Віпол, 2012. 424 с.

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

3.3.1. www.mr.com.ua


3.3.2. Інфраструктура товарного ринку. За ред. проф. О.О. Шубіна. URL: http://libfree.com/109530481-marketinginfrastruktura_tovarnogo_rinku_shubin_oo.html.

3.3.3. Головне управління статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua>

3.3.4. Українська Асоціація Маркетингу <http://uam.in.ua/>

3.3.5. Маркетинговий портал <http://www.marketing-research.in.ua>

3.3.6. Рачинська Г.В., Лісовська Л.С. Система інфраструктурного забезпечення підприємств малого і середнього бізнесу. URL: Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/15904/1/32_211216_Vis_725_Ekonomik_a.pdf.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 12 із 13	

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ

Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл.4.1.

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	Максимальна кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
	Модуль №1	
	3 семестр	4 семестр
Виконання тестових завдань під час практичних занять	18	20
Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання під час аудиторної роботи на практичних заняттях	18	20
Виконання та захист домашнього завдання	20	-
Виконання та захист контрольної роботи (ЗФН)	-	20
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	<i>34 балів</i>	-
Виконання модульної контрольної роботи №1	24	-
Усього за модулями №1	80	60
Семестровий екзамен	20	40
Усього за дисципліною	100	

4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 3).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. Сума підсумкової семестрової модульної та **екзаменаційної** рейтингових оцінок, у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS (Додаток 4).

4.5. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

4.6. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.



Система менеджменту якості.
Робоча програма
навчальної дисципліни
«Інфраструктура товарного ринку»

Шифр
документа

СМЯ НАУ
РП 11.01.03-01-2021

Стор. 13 із 13

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки
1	0302	17.06.21	Бісєрєво Мекендє		

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище, ім'я, по батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище, ім'я, по батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності
1.	Борисенко О.С.	22.08.2022		е адекватний

(Ф 03.02 – 03)


АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)


УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				

	Quality management system. Course Training Program on Commodity Market Infrastructure	Document Code	QMS NAU CTP 12.01.02 – 01-2021
		page 3 of 11	

CONTENT

Introduction	4
1. Explanatory note.....	4
1.1. Role, goal and objectives of the academic discipline.....	4
1.2. Educational outcomes of the academic discipline.....	4
1.3. Competences obtained through the academic discipline.....	5
1.4 Interdisciplinary links.....	5
2. Program of the academic discipline.....	5
2.1. Content of the academic discipline.....	5
2.2. Module structure and integrated requirements for each module.....	5
2.3. Thematic plan.....	7
2.4. Homework.....	8
3. Training materials for the discipline.....	8
3.1. Teaching methods.....	8
3.2. Recommended literature (basic and additional literature)	8
3.3 Internet information resources.....	9
4. Rating system of knowledge and skills assessment.....	9

	Quality management system. Course Training Program on Commodity Market Infrastructure	Document Code	QMS NAU CTP 12.01.02 – 01-2021
		page 4 of 11	

1. INTRODUCTION

Course Training Program on “Commodity Market Infrastructure” was developed on the basis of the "Methodological recommendations for the development and execution of the syllabus of educational discipline of full-time and part-time forms of training", approved by rector’s order No. 249/roz. of 29.04.2021 and relevant regulatory documents.

1. EXPLANATORY NOTE

1.1. Role, goal and objectives of the academic discipline

Role of the discipline is a theoretical and practical basis of a set of knowledge and skills that form the profile of a specialist in understanding the features of the commodity market and the specifics of the application of modern market infrastructure in the development of market relations.

The goal of the discipline is mastering theoretical and basic knowledge of current aspects of infrastructure elements as a basis for a holistic economic system of Ukraine in terms of implementing the concept of sustainable development and learning knowledge on the theory of infrastructure development of the commodity market, enterprise management in the field of promotion, storage and sale of goods and services.


The objectives of the discipline are:

- providing knowledge about the essence of commodity market infrastructure and its role in a market economy;
- organization and planning of infrastructure enterprises in the market;
- mastering the system of indicators of the infrastructure of the commodity market and methods of their formation;
- Acquisition of skills to independently perform technical and economic calculations related to the analysis and justification of the effective functioning and development of the infrastructure of the commodity market.
- to equip students with a system of knowledge in the field of theoretical, methodological, information bases of the commodity market system;
- to study the basic concepts of the infrastructure system of the commodity market;
- to teach techniques for acquiring practical skills in solving problems related to the effective functioning of market infrastructure;
- formation of skills of creative search of managerial decisions on improvement of functioning of the sphere of circulation;
- consolidation of skills of independent research and substantiation of design decisions and solving a wide range of tasks related to meeting the needs of consumers.
- to ensure that students master the methodological tools of modern market infrastructure,
- mastering the skills of a creative critical approach to the assessment of the views set out in the special methodological literature on the development of the market structure, the current mechanism for the realization of entrepreneurial skills;
- to ensure the development of skills and abilities to implement and use management decisions in the practice of enterprises;
- to ensure the interest of students in active educational and research work.

1.2. Educational outcomes of the academic discipline

- collect and analyze the necessary information, calculate economic and marketing indicators, justify management decisions based on the use of the necessary analytical and methodological tools (PLO4).

- to determine the functional areas of marketing activities of the market entity and their relationships in the management system, to calculate the relevant indicators that characterize the

	Quality management system. Course Training Program on Commodity Market Infrastructure	Document Code	QMS NAU CTP 12.01.02 – 01-2021
		page 5 of 11	

effectiveness of such activities (PLO6).

- apply innovative approaches to marketing activities of the market entity, flexibly adapt to changes in the marketing environment (PLO8).

- to forecast effective demand, to define perspective target segments of consumers, to substantiate innovative methods of management of commodity, price, sales, communication policies of the enterprise in all types of markets (PLO23).

1.3. Competences obtained through the academic discipline

- ability to solve complex specialized problems and practical problems in the field of marketing or in the learning process, which involves the use of appropriate theories and methods and is characterized by complexity and uncertainty of conditions.

- ability to abstract thinking, analysis and synthesis.

- ability to learn and master modern knowledge.

- ability to conduct research at the appropriate level.

- ability to logically and consistently reproduce the acquired knowledge of the subject area of marketing.

- ability to understand the content and nature of the professional activities of a marketer in the industrial, consumer and electronic markets of goods and services and management decisions in the field of marketing for innovative development of the enterprise in an unstable environment.

- ability to understand the product policy of the enterprise, to form the optimal range, to analyze and design effective (effective, bilateral) communications with consumers of goods and services, to understand, plan and organize flow management of supply chains of goods and services, to make optimal decisions on marketing management elements business entities operating in all types of markets in modern conditions.

1.4. Interdisciplinary links

The subject is based on following subjects, as: Marketing: Introduction to the specialty, Marketing, Organizational Behavior, Information and Communication Systems and Technologies and is a basic for studying the following subjects: Fundamentals of Transport Marketing, Business Planning and Budgeting, Marketing Research, Commodity Science, Consumer Behavior.

2. PROGRAM OF THE ACADEMIC DISCIPLINE

2.1. Content of the academic discipline

Training material is structured according to the module principle and consists of one educational **module № 1 «Commodity Market Infrastructure»**, that is logically complete, relatively independent, holistic part of the subject, learning of which provides module test and analysis of its performance.

2.2. Module structure and integrated requirements for each module

Module №1 «Commodity Market Infrastructure»

Integrated requirements to the module №1:


Know:

- concepts, categories and factors that reflect the essence of the infrastructure of the commodity market;

- the main structural elements of the infrastructure of the commodity market;

- role, functions, activities and interaction of elements of the infrastructure of the commodity market;

- forms and methods of regulating market processes in the field of trade;

	Quality management system. Course Training Program on Commodity Market Infrastructure	Document Code	QMS NAU CTP 12.01.02 – 01-2021
		page 6 of 11	

- indicators that characterize the state of the infrastructure of the commodity market and the efficiency of its individual structural elements;
- general features of classification and coding of goods;
- properties and indicators of the range of goods;
- basics of information support of goods movement.

Learning outcomes:

- identify ways, opportunities and conditions for the use of elements of the infrastructure of the commodity market in the enterprise;
- to form the behavior and evaluate the activities of the enterprise in the commodity market;
- to apply methodical tools of development and realization of tasks of management of the movement of the goods in the conditions of a concrete infrastructure of the commodity market;
- assess the economic efficiency and consequences of the implementation of decisions on traffic management;
- use methods of scientific knowledge of goods, their general consumer properties;
- to identify goods in the process of logistics activities of the enterprise;
- analyze product information.

Topic 1. Commodity market infrastructure: the essence, composition and problems of development

The essence and characteristics of the commodity market. The concept, economic content and classification of markets. Conditions of functioning and features of the commodity market. The main functions of the commodity market. Types of market processes in the commodity market. Forms and methods of regulating the commodity market. The essence and content of the infrastructure of the commodity market. The essence of market infrastructure. The role and place of commodity market infrastructure in the market process. Classification of the infrastructure of the commodity market. Characteristics of the main elements of the infrastructure of the commodity market. Functions of commodity market infrastructure and macroeconomic indicators of its functioning. Problems of commodity market infrastructure development.

Topic 2. Intermediary activities in the commodity market


Principles and features of marketing intermediaries. Ways to bring products to consumers. Types of intermediaries and features of their activities in the commodity market. Characteristics of marketing intermediaries. Organization of intermediary activities in the commodity market. Functions of intermediaries in the commodity market. Forms of organization of mediation activities. Features of the organization of wholesale purchases and sales of goods. Characteristics of contractual relationships between manufacturers and wholesale intermediaries. Trade and intermediary activities in the commodity market. Principles of organization and signs of trade and intermediary activity in the commodity market. Pricing in trade and intermediary activities. Types of discounts on the price of goods. Sales networks and distribution channels. The main stages of formation of distribution channels.

Topic 3. Wholesale trade

Macro organization of wholesale trade. The essence and place of wholesale trade in the market process. Functions and purpose of wholesale trade. Forms and levels of organization of wholesale trade. Macroeconomic indicators of wholesale trade. Wholesale trade enterprises. Tasks and functions of wholesale enterprises. Classification of wholesale trade enterprises. Organizational structures of wholesale trade enterprises and features of their activity. Classification of wholesale trade services.

Topic 4. Retail trade

The concept and economic essence of retail trade. The essence, objectives and types of retail trade. Features of retail trade in market conditions. Retail functions. Forms and methods of

	Quality management system. Course Training Program on Commodity Market Infrastructure	Document Code	QMS NAU CTP 12.01.02 – 01-2021
		page 7 of 11	

retail trade. Retail businesses. Types and basic rules of operation of retail trade enterprises. Marketing decisions in retail. Retail store services. Basic requirements for the organization and design of retail trade enterprises.

Topic 5. Logistics activities in the commodity market

Production activity in the field of trade. The essence of production processes in the field of circulation. Types of production activities in trade. Terms of production services. Warehousing. The role and functions of warehouses in the movement of goods. The main tasks of warehousing in the commodity market. Classification of warehouses. Organization of warehousing. Freight forwarding activities in the commodity market. Transport system and its characteristics. Characteristics of transport and forwarding activities. Types of freight forwarding services. Methods of transport customer service.

Topic 6. Information and organizational and commercial activities

Information activity in the infrastructure complex. The essence and significance of information activities in the modern market economy. Features of products of information activity. Types of information services. The essence of commercial information and trade secrets. Types of enterprises that provide information services. Organizational and commercial activities. Content of organizational and commercial activities. Features of products of organizational and commercial activities. Characteristics of the main subjects of organizational and commercial activities. Exhibitions and fairs as subjects of organizational and commercial activity.

Topic 7. Organizers of wholesale circulation of goods and services

Organized commodity markets. The role and place of organized commodity markets. Types of organized commodity markets. Auction: essence, types and procedure. Features of auction bidding. Classification of tenders. Stages of organizing and conducting tenders. Commodity exchanges. The essence of stock trading. Functions of exchange trade. Features of exchange goods. Classification of commodity exchanges. Organizational structure of the commodity exchange. Organization of the exchange trade process. Forms and methods of exchange trading.

Topic 8. Leasing and personal selling

Leasing in the commodity market. The essence of leasing activities. Subjects and objects of leasing activity. Types and classification of leasing transactions. Legal aspects and economic bases of leasing activity. Mechanism for calculating lease payments. Personal selling: forms and features. The essence and objectives of personal sales of goods. Forms of personal sale. The main stages of effective personal selling and their content. Attracting, selecting and organizing the work of sales agents for personal sales of goods.

2.3. Thematic plan

№	Theme (thematic section)	Total, hour			
		Total	Lectures	Practical's	Self-study
1	2	3	4	5	6
Module №1 «Commodity Market Infrastructure»					
3 semester					
1.1	Commodity market infrastructure: the essence, composition and problems of development	11	2	2	5
1.2	Intermediary activities in the commodity market	8	2	2	4
1.3	Wholesale trade	11	2	2	5

	Quality management system. Course Training Program on Commodity Market Infrastructure	Document Code	QMS NAU СТР 12.01.02 – 01-2021		
		page 8 of 11			

				2	
1.4	Retail trade	11	2	2 2	5
1.5	Logistics activities in the commodity market	8	2	2 2	4
1.6	Information and organizational and commercial activities	11	2	2 2	5
1.7	Organizers of wholesale circulation of goods and services	11	2	2 2	5
1.8	Leasing and personal selling	11	2	2 2	5
1.9	Homework	8	-	-	8
1.10	Module Test №1	6	1	-	4
Total by the module №1		105	17	34	54
Total by the subject		105	34	17	54

2.4. Homework

Homework (HW) prepare in accordance with the approved guidelines, in order to consolidate and deepen the theoretical and practical knowledge and skills acquired in the learning process educational material of the discipline in the field of the commodity market.

The specific purpose of the HW is to get an idea of the basics and features of marketing in the commodity market, the tasks and their solutions in this area, the features of using marketing tools in the business environment and students' ability to apply these tools and methods in practice.

To successfully complete the HW, the student must know the concepts and principles of marketing management in the commodity market, concepts, categories and factors that reflect the essence of the infrastructure of the commodity market; main structural elements of the commodity market infrastructure; role, functions, types of activity and interaction of elements of the commodity market infrastructure; forms and methods of regulating market processes in the field of trade and be able to analyze product information, identify ways, opportunities and conditions for the use of elements of the infrastructure of the commodity market in the enterprise; to form the behavior and evaluate the activities of the enterprise in the commodity market; apply methodological tools for the development and implementation of tasks for managing the movement of goods in a specific infrastructure of the commodity market; assess the economic efficiency and consequences of decisions on the management of the movement of goods.

Execution, design and defense of HW is carried out by the student individually in accordance with the guidelines.

The time required for their implementation - up to self-study 8 hours.

3. TRAINING MATERIALS FOR THE DISCIPLINE


3.1. Teaching methods

The following teaching methods are used in the study of the discipline: verbal (explanation, conversation, discussion, dialogue), explanatory-visual (demonstration, illustration), practical (problem solving, business games), partial search and research methods.

3.2. Recommended literature (basic and additional literature)

Basic literature

3.2.1. Балабан П. Ю. Комерційна діяльність: підручник / П. Ю. Балабан. – Харків : Світ Книг, 2015. – 452 с

	Quality management system. Course Training Program on Commodity Market Infrastructure	Document Code	QMS NAU СТР 12.01.02 – 01-2021
		page 9 of 11	

3.2.2. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. / О. А. Біловодська. – Київ : Знання, 2011. – 495 с.

3.2.3. Куцик П.О. Глобальна економіка: принципи становлення, функціонування, регулювання та розвитку: монографія / П.О. Куцик, О.І. Ковтун, Г.І. Башнянин. – Львів: Видавництво ЛКА, 2015. – 594 с.

3.2.4. Павлова В. А. Комерційне товарознавство : навч. посіб. / [В. А. Павлова, Г. А. Рижкова, Л. А. Гончра та ін.]. – Київ : Кондор, 2012. – 286 с.

3.2.5. Ортинська В.В. Маркетингові дослідження: підручник / В.В. Ортинська, О.М. Мельникович. – 2-ге вид., доповн. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 436 с.

3.2.6. Світовий ринок товарів та послуг : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 720 с.

3.2.7. Шкапова О.М. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібн. К.: МАУП, 2014. 180 с.

3.2.8. Прокопенко О.В. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібн. / О.В. Прокопенко, В.Ю. Школа, О.О. Дегтяренко, С.М. Махнуша. К.: Центр учбової літератури, 2014. 296 с.

3.2.9. Ткач А.А. Інституціональні основи ринкової інфраструктури: монографія. К.: НАН України, Об'єднаний ін-т економіки, 2015. 295 с.

Additional literature

3.2.10. Бойчик І.М. Ринкова інфраструктура: сутність та характеристика / Сталій розвиток економіки. 2013. № 3(20). С. 34-41.

3.2.11. Жежуха В.Й. Маслак О.О, Маслак В.О. Ринкова інфраструктура та її вплив на економічне зростання виробництва: теоретичні та прикладні засади: монографія. Львів, 2010. 204 с.

3.2.12. Товарні біржі України: аналіз діяльності, законодавче поле, перспективи розвитку / За ред. П.Т. Саблука, О.М Шпичака. К.: Віпол, 2012. 424 с.

3.3. Internet Information resources

3.3.1. <http://www.mr.com.ua>

3.3.2. Інфраструктура товарного ринку. За ред. проф. О.О. Шубіна. URL: http://libfree.com/109530481-marketinginfrastruktura_tovarnogo_rinku__shubin_oo.html

3.3.3. State Statistic Service of Ukraine <http://www.ukrstat.gov.ua>

3.3.4. Ukrainian Marketing Association <http://uam.in.ua/>

3.3.5. Marketing portal <http://www.marketing-research.in.ua>


3.3.6. Рачинська Г.В., Лісовська Л.С. Система інфраструктурного забезпечення підприємств малого і середнього бізнесу. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/15904/1/32_211216_Vis_725_Ekonomika.pdf

4. RATING SYSTEM OF KNOWLEDGE AND SKILLS ASSESSMENT

4.1. Assessment of certain kinds of student academic work is carried out in accordance with table 4.1.

Table 4.1

Kind of Academic Work	Maximum Grade Values
Module №1 „Commodity Market Infrastructure”	
3 Semester	
Performing tests in practical classes	18

	Quality management system. Course Training Program on Commodity Market Infrastructure	Document Code	QMS NAU CTP 12.01.02 – 01-2021
		page 10 of 11	

Performing tasks, discussion of theoretical issues	18
Performing and defense of homework	20
<i>For admission to complete module test №1, a student must receive not less than</i>	<i>34 points</i>
Carrying out Module Test №1	24
Total for the modules	80
Semester examination	20
Total by the subject	100

4.2. Completed types of educational work are credited to the student, if he received a positive rating for them (Appendix 3).

4.3. The sum of rating assessments received by the student for certain types of completed academic work is the current modular rating assessment, which is recorded in the module control.

4.4. The final semester rating is converted into a grade on the national scale and the ECTS scale (Appendix 4).

4.5. The final semester rating in points, on the national scale and the ECTS scale is entered in the test report, study card and individual curriculum of the student (record book), for example, as follows: **92 / Excellent / A, 87 / Good / B, 79 / Good / C, 68 / Sat./D, 65 / Sat./E, etc.**

4.6 The Total Grade for the subject is equal to the average grade from Total Semester Grades with its further transformation into national scale and ECTS system. The Total Grade is recorded to the Diploma Appendix.