

Білоцерківський національний аграрний університет
Економічний факультет
Кафедра фінансів, банківської справи та страхування

	<p>СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ»</p> <p>Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма «Маркетинг»</p>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Компонент освітньої програми:	вибірковий
Кількість кредитів ECTS/загальна кількість годин	4 кредити /120 годин
Семестр	3
Форма контролю	Залік
Мова викладання	українська
Профайл викладача	<p>Шевченко Алла Олексіївна Посада: доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Вчене звання: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук Робоче місце: навчальний корпус №4 (пл. Соборна, 8/1), 115 ауд. (кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності). E-mail: aktuariy2@gmail.com Зв'язок з викладачем: 0501853744</p>
Опис дисципліни	<p>Дисципліна «Інфраструктура товарного ринку» входить до блоку вибіркових дисциплін професійної підготовки бакалавра за спеціальністю 075 «Маркетинг». Вивчаючи цей курс, студенти оволодіють знаннями про сутність інфраструктури товарного ринку та її роль у ринковій економіці, організацію та планування діяльності підприємств на ринку, систему показників інфраструктури товарного ринку та методів їх формування; набуття вмінь самостійно виконувати техніко-економічні розрахунки пов'язані з аналізом та обґрунтуванням ефективного функціонування і розвитку інфраструктури товарного ринку.</p>
Передумови для вивчення дисципліни	<p>Вибіркова навчальна дисципліна «Інфраструктура товарного ринку» базується на знаннях таких дисциплін як «Економічна теорія», безпосередньо пов'язана з іншими науками, зокрема, з психологією тощо.</p>
Мета вивчення дисципліни	<p>Метою викладання дисципліни є дослідження актуальних аспектів розвитку елементів інфраструктури як підґрунтя цілісної економічної системи України, засвоєння знань з теорії розвитку інфраструктури</p>

	товарного ринку, управління діяльністю підприємства в галузі просування, зберігання та продажу товарів і послуг, забезпечення потреб споживачів.
Формат дисципліни	Для денної форми навчання дисципліна викладається в очному форматі, із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності (індивідуальні графіки, дуальна форма навчання, дистанційна тощо) можуть бути використані платформи Moodle, ZOOM. Формат проведення дисципліни є змішаним: поєднання як традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання.
Очікувані результати навчання	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів..</p> <p>P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p>
Структура курсу	<p><i>Змістовий модуль 1. Інфраструктура ринку товарів та послуг: поняття, основні елементи та посередники</i></p> <p>Тема 1.1. Сучасна характеристика товарного ринку</p> <p>Тема 1.2. Інфраструктура ринку товарів та послуг: сутність, завдання та взаємозв'язок</p> <p>Тема 1.3. Комерційне посередництво на товарному ринку</p> <p>Тема 1.4. Інформаційна та організаційно-посередницька діяльність</p> <p>Тема 1.5. Лізингова діяльність</p> <p><i>Змістовий модуль 2. Місце торгівлі на ринку товарів та послуг у сучасних умовах</i></p> <p>Тема 2.1. Макроорганізація оптової торгівлі</p> <p>Тема 2.2. Підприємства оптової торгівлі</p> <p>Тема 2.3. Товарні біржі, ярмарки, аукціони</p> <p>Тема 2.4. Роздрібна торгівля</p> <p>Тема 2.5. Персональний продаж</p>
Методи навчання	Під час лекційних занять використовується: розповідь – оповідна, описова форма розкриття навчального матеріалу; пояснення – для розкриття сутності певного явища, закону, процесу; бесіда – для усвідомлення за допомогою діалогу нових явищ, понять; ілюстрація – для розкриття явищ і процесів через їх символічне зображення (малюнки, схеми, графіки, слайдові презентації у програмі Microsoft Office Power Point).

	<p>Під час практичних занять використовуються: робота в малих групах, вільна дискусія, ділові ігри.</p> <p>При написанні індивідуальної навчально-дослідної завдання, а також при виконанні самостійної роботи використовується дослідницький метод.</p>
<p>Технічне та програмне забезпечення (за потреби)</p>	<p><i>Наочні засоби:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Слайдові презентації у програмі Microsoft Office Power Point; 2. Інформаційні стенди у навчальній аудиторії; 3. Нормативно-технічна документація; 4. Роздаткові матеріали кейсових завдань 5. Інформаційні ресурси професійного спрямування. <p><i>Технічні засоби:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Компютер або ноутбук. 2. Мультимедійне обладнання. 3. Апаратні засоби мережі Інтернет.
<p>Політика</p>	<p>Політика щодо академічної доброчесності: очікується, що письмові роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента (списування, відсутність посилань на використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем.</p> <p>Політика щодо відвідування занять: очікується, що студенти відвідуватимуть усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Відпрацювання пропущених занять згідно графіку консультацій викладача. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в он-лайн режимі.</p> <p>Політика щодо дедлайнів і перескладання: студенти мають дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт.</p> <p>Політика щодо виконання завдань: позитивно оцінюється відповідальність, старанність, креативність.</p> <p>Політика оцінювання: засоби та критерії оцінювання прописані в робочій програмі дисципліни, розміщеної на платформі Е-навчання Білоцерківського НАУ (Moodle).</p>
<p>Рекомендовані джерела інформації</p>	<p style="text-align: center;">Базова література</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Гіржева О.М. Матеріали лекцій за темами навчальної дисципліни «Інфраструктура товарних ринків» [Електронний ресурс] / О.М.Гіржева. 2. Гіржева О.М. Методичні вказівки до практичної та самостійної роботи студентів з дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»: ХНТУСГ. –Харків: 2019. –32 с. 3. Сатир Л.М., Кепко В.М., Стаднік Л.І., Шевченко А.О. Комерційна діяльність у системі бізнес-аналітичного забезпечення розвитку ринкової інфраструктури на основі здійснення оптової та роздрібно торгівлі. <i>Агросвіт</i>. 2020. № 16. С.3-8. 4. Грачова М. В., Орлик О. В. Виставки, ярмарки та аукціони в Інтернеті. <i>Інформатика та інформаційні технології</i>: матер. конф. м. Одеса, ОНЕУ, 20 квітня 2015 р. Одеса. 2015. С. 56-59. 5. Белявцев М.І. Інфраструктура товарного ринку / М.І. Белявцев, Л.В. Шестопалова – К.: Центр навчальної літератури, 2015. – 416 с. 6. Інфраструктура товарного ринку: навч. посіб. / Пилявець В.М., Озима В.В., Заруба В.П. – К.: Аграрна освіта, 2015. – 255с.