

ФЕДЕРАЦІЯ ПРОФЕСІЙНИХ СПІЛОК УКРАЇНИ
АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ

Кафедра маркетингу



“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної роботи

С. М. Коваленко

2017 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Інфраструктура товарного ринку

(шифр і назва навчальної дисципліни)

спеціальність **073 – Менеджмент**

(шифр і назва спеціальності)

ОП- Менеджмент

Факультет

Економіки, соціальних технологій та туризму

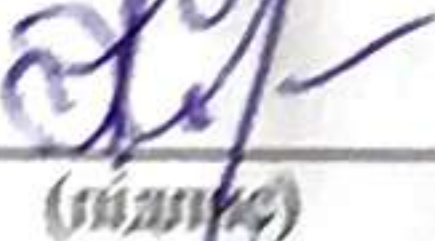
(назва інституту, факультету, відділення)

Робоча програма з дисципліни **Інфраструктура товарного ринку**
(назва навчальної дисципліни)
за спеціальністю **073 – менеджмент**

„1” вересня, 2017 року. – ___ с.

Розробник: **Жук О.І.**, старший викладач кафедри маркетингу;

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу
Протокол 2 від 1 „вересня” 2017 року

Завідувач кафедри маркетингу  (Корчинська О.А.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

„1” вересня 2017 року

Схвалено науково-методичною радою Академії праці, соціальних відносин і туризму
Протокол 1 від „14” вересня 2017 року

„14” вересня 2017 року

Голова


(підпис)

(Коваленко С.М.)
(прізвище та ініціали)

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3,0	Галузь знань 07 – Управління та адміністрування <hr/> (шифр і назва)	вибіркова	
Модулів – 3	Спеціальність (професійне спрямування): – 073 – менеджмент	Рік підготовки	
Змістових модулів – 3		третій	
Індивідуальне науково-дослідне завдання – не передбачено		Семестр 6	
Загальна кількість годин – 90 годин		шостий	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 год., самостійної роботи студента – 4 год.	Освітній рівень – I Бакалавр	20 год.	
		12 год.	
		Практичні, семінарські	
		10 год.	
		6 год.	
		Лабораторні	
		–	
		–	
Самостійна робота:			
60 год.			
72 год.			
У тому числі індивідуальні завдання			
-			
Вид контролю			
екзамен			
екзамен			

Мета: сформувати у студентів сучасне економічне мислення, глибоке комплексне розуміння проблем інфраструктурної діяльності підприємства, а також допомогти набутти навичок їх практичного розв'язання.

Завдання:

1. Вивчення ринкової інфраструктури і впливу окремих його елементів на економічний та фінансовий стан підприємства;
2. Здобути теоретичні знання інфраструктурної діяльності підприємства;
3. Оволодіння методичним інструментарієм розв'язання інфраструктурних проблем підприємства;
4. Набуття навичок творчого аналізу інфраструктурної діяльності підприємства;
5. Набуття навичок оцінки ефективності та передбачення наслідків реалізації інфраструктурних рішень.

Попередні курси, потрібні для опанування даної дисципліни:

- економічна теорія
- мікроекономіка
- макроекономіка
- маркетинг
- менеджмент
- статистика

2. Результати навчання

Навчання дисципліні забезпечує внесок у формування таких компетентностей, передбачених освітньою програмою підготовки бакалаврів з менеджменту:

Загальні

- **Аналіз та синтез.**

ЗК-1. Здатність до аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів.

ЗК-2. Здатність до аналізу та оцінки суспільних явищ, здатність реалізовувати свої права і обов'язки як члена суспільства, уміння формувати та обґрунтовувати власне ставлення до суспільних процесів, займати активну громадську позицію, керуватись у своїй життєдіяльності концепцією сталого розвитку.

- **Світоглядні та цивілізаційні цінності, етичні установки.**

ЗК-4. Здатність до формування культури мислення та поведінки.

ЗК-5. Здатність до сприйняття культури та традицій різних національних та етнічних груп, адаптації власної поведінки в умовах різних цивілізаційно-культурних середовищ.

ЗК-6. Дотримання етичних принципів як з точки зору професійної чесності, так і з точки зору розуміння можливого впливу досягнень науки на соціальну сферу.

- **Комунікаційні компетентності.**

ЗК-7. Здатність використовувати новітні інформаційно-комунікаційні технології загального призначення для обробки інформаційних потоків у локальних та глобальних інформаційних просторах.

- **Самоорганізація, розвиток та спільна діяльність.**

ЗК-11. Здатність до навчання та адаптації до нових ситуацій у професійній діяльності.

ЗК-12. Здатність працювати самостійно і автономно.

ЗК-15. Здатність займати активну життєву позицію та діяти з позицій соціальної відповідальності.

Фахові

ФК-1. Здатність визначати та описувати характеристики: сутність, функції, особливості та організаційні основи формування організацій.

ФК-2. Розуміти функціональні області організації та зв'язки між ними, виявляти та систематизувати проблеми і на їх основі розробляти обґрунтовані альтернативні управлінські рішення щодо проектування ефективної організаційної структури управління.

ФК-3. Розуміти функції менеджменту організації та вміння реалізовувати їх у професійній діяльності.

ФК-4. Вміти розробляти систему якості в організації, при цьому діяти свідомо та відповідально щодо забезпечення безпеки життєдіяльності споживачів та екологічності навколишнього середовища у ході діяльності.

ФК-10. Здатність до аналізу законодавчої та нормативно-правової бази, що регулює діяльність організації з метою запровадження принципів та норм права у професійній діяльності.

ФК-11. Уміння застосовувати сучасні моделі та методи в системі управління розвитком організації в умовах невизначеності.

ФК-13. Уміння вільно орієнтуватися в теоретичних і практичних проблемах бухгалтерського обліку, контролінгу та аудиту в діяльності організації.

Програмні результати

ПРН 2. Зберігати моральні, наукові та культурні цінності, релігійні особливості щодо формування дієвих моделей і механізмів розвитку національного суспільства, техніки і технологій в сучасних умовах трансформації і глобалізації економічних, соціальних і політичних процесів.

ПРН 4. Демонструвати знання та навички в ході розробки комплексних заходів щодо стримування прояву зовнішніх ефектів – забруднення навколишнього середовища і створення суспільних благ з метою реалізації їх у професійній діяльності.

ПРН 5. Демонструвати знання різних форм, методів, моделей, механізмів макроекономічного регулювання та впливу на діяльність організації.

ПРН 6. Демонструвати навички виявлення та систематизації проблем у предметній області та розробки аргументованих альтернативних управлінських рішень.

ПРН 7. Демонструвати навички системного, стратегічного, абстрактного, логічного, креативного мислення, а також здібності щодо аналізу та синтезу.

ПРН 9. Демонструвати навички організаційного проектування певної предметної області на основі концептуальних засад діяльності організації на ринку.

ПРН 11. Здійснювати дослідження на високому науковому та практичному рівнях.

ПРН 12. Демонструвати навички критичного мислення щодо проблем у навчанні та/або професійній діяльності і на межі предметної області та вирішувати складні задачі і проблеми в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих ринкових вимог.

ПРН 16. Демонструвати навички щодо оцінки ролі держави як суб'єкта макроекономічного регулювання соціально-трудова відносин та принципів ринкової економіки, виконувати дослідження індивідуально та /або в групі під керівництвом лідера.

3. Зміст навчальної дисципліни

Модуль I. Теоретичні основи інфраструктури товарного ринку та принципи організації оптової торгівлі

Тема 1. Предмет, метод і завдання дисципліни

Сутність інфраструктури товарного ринку. Походження та сутність терміну "інфраструктура". Класифікація суб'єктів ринку і взаємозв'язок між ними та ринковими процесами. Завдання та функції інфраструктури товарного ринку. Предмет дисципліни "Інфраструктура товарного ринку" та його взаємозв'язок з іншими дисциплінами. Генезис дисципліни.

Тема 2. Сутнісна характеристика товарного ринку

Поняття, умови ефективного функціонування та функції ринку. Структура ринків. Особливості товарного ринку і об'єкт їх взаємовідносин. Предмет ринкового процесу. Завдання та головні ознаки класифікації ринків. Особливості ринку товарів та послуг (товарного ринку). Складові механізми ринкового саморегулювання та їх взаємодія. Класифікація ринкових партнерів і товарні зв'язки. Форми і методи регулювання товарного ринку. Основні види ринкових процесів сучасного товарного ринку.

Тема 3. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку

Сучасні визначення інфраструктури та її диференціація. Сутність та значення інфраструктури товарного ринку (ІТР). Класифікація елементів інфраструктури товарного ринку (ІТР). Функції ІТР стосовно складових товарного обігу. Функції окремих складових інфраструктурного комплексу товарного ринку. Особливості продукту економічної діяльності суб'єктів ІТР. Показники оцінки стану та розвитку складових ІТР. Показники оцінки обсягів діяльності ІТР та їх визначення. Маркетингова концепція розвитку суб'єктів ІТР. Сучасні проблеми розвитку ІТР та шлях їх вирішення.

Тема 4. Принципи й особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку

Роль і місце маркетингових посередників в процесі обміну. Функції маркетингових посередників. Класифікація посередників. Принципи діяльності посередників. Умови залучення посередників. Методи винагороди посередників.

Тема 5. Макроорганізація оптової торгівлі

Оптова торгівля – основна складова господарсько-торговельної діяльності. Формування в Україні ринково орієнтованої оптової торгівлі. Структурна побудова системи оптової торгівлі на макрорівні. Міжрегіональні та регіональні оптові підприємства. Їх функції відносно клієнтів-покупців та клієнтів-постачальників і основні задачі. Класифікаційні ознаки та форми оптової торгівлі. Головні чинники, що впливають на вибір форми оптової торгівлі. Диференціація видів оптової торгівлі. Сутність інтегрального показника обсягу оптової торгівлі. Характеристика відносних показників оптової торгівлі. Перспективи та тенденції розвитку оптової торгівлі на макрорівні.

Тема 6. Підприємства оптової торгівлі

Зміст комерційної діяльності з гуртового продажу. Використання ефективних форм та методів гуртового продажу як найважливіша умова розширення каналів збуту. Організація продажу товарів на основі персонального відбору на складі, через асортиментні кабінети (демонстраційні зали). Продаж товарів за письмовим замовленням, за допомогою телефону, через торговельних представників гуртових підприємств. Нетрадиційні форми гуртового продажу товарів. Використання франчайзингу для продажу товарів і послуг. Продаж за каталогами, а також через посилову торгівлю. Продаж з використанням телебачення, комп'ютерів та мережевого маркетингу. Сутність та види послуг підприємств оптової торгівлі. Маркетингові рішення в процесі оптового продажу товарів. Оперативний контролінг-збут при підготовці та проведенні продаж. Система показників у сфері оперативного контролінг-збуту.

Модуль II. Організація торгової та торгово-посередницької діяльності на товарних ринках

Тема 7. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку

Сутність торгово-посередницької діяльності. Класифікація торгових посередників та відмінності їхньої діяльності від оптових торговельних підприємств. Принципи діяльності посередників. Правове забезпечення торговельно-посередницької діяльності. Торговельно-посередницькі структури та особливості їхньої діяльності. Комісійна торгівля як форма внутрішньої торговельно-посередницької діяльності. Види та особливості консигнаційної торгівлі. Зобов'язання та права посередників. Класифікація посередників за місцем на ринку. Зміст монопольної агентської угоди. Посередники з переважним правом (правом "першої руки"). Умови співробітництва простих посередників. Організація посередницької діяльності на товарному ринку. Організація посередницької діяльності в оптовій та роздрібній торгівлі. Організаційні структури посередницьких компаній. Критерії відбору торгових посередників. Функції торгових посередників. Мотивація та винагорода посередників. Форми винагороди торгових посередників.

Тема 8. Організовані товарні ринки. Аукціони та тендери як форми організованих товарних ринків

Роль та місце організованих товарних ринків в ІТР. Види організованих товарних ринків та їх відмінності. Ознаки організованих товарних ринків. Аукціон як форма організованого ринку. Особливості аукціонних торгів та товарів. Класифікація аукціонів як суб'єкта господарської діяльності та виду торгів. Етапи організації проведення аукціонних торгів. Сучасні тенденції розвитку аукціонної торгівлі. Аукціонна торгівля в Україні. Тендери як форма організованого товарного ринку. Предмет за цілі тендерних торгів. Класифікація тендерів. Етапи організації і проведення тендерів. Правове забезпечення та практика проведення тендерів в Україні.

Тема 9. Товарні біржі

Функції товарної біржі, як форми організованого оптового ринку. Організаційно-комерційні функції товарної біржі. Особливості біржового товару. Види бірж. Класифікація товарних бірж. Принципи діяльності товарної біржі. Права товарних бірж. Правові засади створення та організації діяльності товарних бірж. Організаційна структура товарної біржі. Права та обов'язки членів товарної біржі. Організація процесу біржової торгівлі. Форми та методи проведення біржових торгів. Зміст біржової угоди та види біржових угод. Порівняльна характеристика форвардних та ф'ючерсних контрактів. Брокерська діяльність на товарній біржі. Організаційно-документальне оформлення брокерської угоди. Сучасні тенденції розвитку біржової торгівлі. Стан та тенденції розвитку біржової торгівлі в Україні.

Тема 10. Роздрібна торгівля

Роздрібна торгівля як провідний вид ринкових процесів та форма господарсько-торговельної діяльності. Ознаки роздрібно торгівлі. Головні функції роздрібно торгівлі. Форми роздрібно торгівлі. Методи роздрібно торгівлі. Послуги роздрібних магазинів. Класифікація ознаки та типологія роздрібних торгових точок. Організаційно-правові форми суб'єктів роздрібно торгівлі. Основні вимоги до організації та оформлення підприємств роздрібно торгівлі. Маркетингові рішення в роздрібно торгівлі. Стратегічні рішення щодо розміщення торгової точки, спеціалізації, співвідношення ціна-якість, Особливості комплексу маркетингу роздрібно торгівлі. Мерчандайзинг та його основні правила. Стратегічні моделі управління ресурсами та прибутковістю підприємств роздрібно торгівлі. Нормативно-правове регулювання роздрібно торгівлі. Зобов'язання роздрібно торгівлі щодо контролю якості товарів їх нормативно-правове забезпечення.

Тема 11. Персональний продаж

Визначення продажу, його форм та методів. Сутність персонального продажу. Організаційні форми персонального продажу. Зміст та послідовність операцій персонального продажу. Використання основних прийомів реалізації найважливіших етапів персонального продажу товарів. Управління персональним продажем. Торгові представники та вимоги до них. Завдання торговельних агентів по здійсненню операцій персонального продажу. Основні принципи роботи торговельного агента (представника). Зміст роботи торговельного агента по супроводу угоди. Нові форми продажу товарів та послуг. Визначення та зміст багаторівневого маркетингу як сучасного засобу просування товару.

Тема 12. Договір як основа комерційних зв'язків підприємства

Види та зміст договорів. Істотні умови комерційних контрактів. Структура та зміст договору купівлі-продажу, комісійної та консигнаційної угод. Етапи укладання угод. Теоретичні основи економічного аналізу ефективності договірної та комерційної діяльності підприємства. Оцінка ефективності комерційних угод із закупівлі та продажу товарів. Оптимізація прогнозування результатів господарювання.

Тема 13. Витрати обігу та оцінка ефективності комерційної діяльності

Економічні межі діяльності підприємства в умовах ринку. Сутність товарообороту підприємства як економічної категорії та показника діяльності. Класифікація товарообороту підприємства

та характеристика його окремих видів. Основні фактори, що визначають обсяг, структуру та перспективи розвитку товарообороту підприємства. Форми та механізм формування товарного забезпечення обороту. Аналіз ефективності комерційної діяльності підприємства. Витрати підприємства торгівлі: склад та класифікація. Стратегічна модель прибутку підприємства.

Модуль III. Непрямі елементи інфраструктури та принципи організації їх діяльності

Тема 14. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність

Сутність та значення інформаційної діяльності в сучасній ринковій економіці. Зміст організаційно-комерційної діяльності. Особливості продуктів інформаційної та організаційно-комерційної діяльності. Види інформаційних послуг. Бази даних, як підгрунтя інформаційної діяльності. Сутність комерційної інформації та комерційної таємниці. Класифікація комерційної інформації. Методи захисту комерційної інформації. Види підприємств, що надають інформаційні послуги. Реклама як вид комерційної інформації. Організаційні форми рекламної діяльності. Рекламні агенції як інформаційні організації. Класифікація рекламних агенцій. Функції та послуги рекламних агенцій. Організаційна структура рекламних агенцій. Тендери рекламних агенцій, етапи організації їх проведення. Формування ціни рекламних послуг. Особливості договорів на рекламне обслуговування. Консалтингові послуги та їх види. Класифікація консалтингових фірм. Маркетингові дослідницькі агенції, їх види та послуги. Світовий та український ринок маркетингових досліджень. Характеристика основних суб'єктів організаційно-комерційної діяльності. Подібність та відмінність оптових ярмарків та виставок (виставок-ярмарків). Класифікація виставок та ярмарок. Етапи організації проведення виставок-ярмарок. Умови надання та порядок оплати організаційно-комерційних послуг. Методичні підходи до оцінки ефективності інформаційних та організаційно-комерційних послуг.

Тема 15. Лізинг

Визначення та економічне значення лізингу. Переваги лізингу порівняно з банківським фінансуванням інвестицій. Суб'єкти, об'єкти та предмет лізингової діяльності. Класифікаційна характеристика видів та форм лізингу. Фінансовий лізинг – визначення та особливості. Чистий та "мокрый" лізинг - переваги та умови застосування. Зміст та послідовність укладання лізингової угоди. Організація виконання лізингової угоди. Прав та обов'язків лізингодавця. Права та обов'язки лізингоодержувача. Зміст та призначення лізингових платежів. Методика розрахунку окремих складових лізингового платежу. Законодавче забезпечення лізингу в Україні. Економічна ефективність лізингу. Економічне обґрунтування та оцінка доцільності лізингової операції.

Тема 16. Роль та значення логістики в інфраструктурному комплексі

Сучасний етап розвитку логістичних концепцій в Україні. Планування, реалізація і контроль економічного, ефективного переміщення і накопичення товарів, послуг. Участь держави у формуванні інфраструктури, що визначає умови здійснення логістичної діяльності і її правового регулювання. Роль маркетингових каналів і маркетингової логістики в діяльності компанії.

Тема 17. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність

Підвищення організованості матеріальних потоків у виробництві. Вимоги до організації управління виробничою діяльністю. Організація виробництва і конкурентоспроможність. Методи визначення складу та обсягу виробничо-технічних послуг. Сутність транспортно-експедиційної діяльності. Чинники розвитку транспортно-експедиторських послуг. Види транспорту. Критерії вибору методів транспортування. Документарне супроводження транспортно-експедиційних послуг. Методи визначення цін на виробничо-технічні та транспортно-експедиторські послуги.

Тема 18. Склади в інфраструктурі товарного ринку

Роль та значення складського господарства в інфраструктурі товарного ринку. Класифікація складів. Організаційні форми складського господарства підприємства. Критерії вибору форм організації складського господарства. Технологічний процес складського оброблювання товарів. Методи визначення величини товарного запасу. Система управління товарними запасами. Методи визначення загального обсягу закупівлі товарів та партії замовлення. Організація приймання товарів за кількістю і якістю.

Тема 19. Контролюючі функції інфраструктури. Система захисту прав споживачів

Значення контролюючих функцій інфраструктури. Роль держави в контролі діяльності елементів інфраструктури. Суб'єкти, що здійснюють контролюючі функції. Права споживачів та їх законодавчий захист. Основні положення Закону України «Про захист прав споживачів». Система контролю дотримання підприємствами законодавчих норм про права споживачів.

Тема 20. Система захисту конкуренції та її правові засади

Антимонопольне законодавство та його основні вимоги. Ознаки монопольного положення

підприємства на ринку. Практика контролю дотримання антимонопольного законодавства в Україні. Недобросовісна конкуренція та її види. Захист від недобросовісної конкуренції. Антимонопольний комітет його роль та права в системі захисту конкуренції.

4. Тематичний план навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин										
	денна форма					Заочна форма					
	Усьо го	у тому числі				усьо го	у тому числі				
л		п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	ін д	с.р.
Змістовий модуль I. Теоретичні основи інфраструктури товарного ринку та принципи організації оптової торгівлі											
Тема 1. Предмет, метод і завдання дисципліни	6	1				5	6	1			5
Тема 2. Сутнісна характеристика товарного ринку	6	1				5	6		1		5
Тема 3. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку	6	1				5	6		1		5
Тема 4. Принципи й особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку	8	1	2			5	6	1			5
Тема 5. Макроорганізація оптової торгівлі	6	1				5	6	1			5
Тема 6. Підприємства оптової торгівлі	6	1				5	6	1			5
Разом за змістовим модулем 1	38	6	2			30	36	4	2		30
Змістовий модуль II. Організація торгової та торгово-посередницької діяльності на товарних ринках											
Тема 7. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку	3	1				2	6	1			5
Тема 8. Організовані товарні ринки. Аукціони та тендери як форми організованих товарних ринків	5	1	2			2	6		1		5
Тема 9. Товарні біржі	5	1	2			2	6		1		5
Тема 10. Роздрібна торгівля	3	1				2	6		1		5
Тема 11. Персональний продаж	3	1				2	6	1			5
Тема 12. Договір як основа комерційних зв'язків підприємства	3	1				2	6	1			5
Тема 13. Витрати обігу та оцінка ефективності комерційної діяльності	4	1	1			2	6	1			5
Разом за змістовим модулем 2	26	7	5			14	35	4	3		35
Змістовий модуль III. Непрямі елементи інфраструктури та принципи організації їх діяльності											
Тема 14. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність	3	1				2	2		1		1
Тема 15. Лізинг	4	1	1			2	2	1			1
Тема 16. Роль та значення логістики в інфраструктурному комплексі	4	1	1			2	2	1			1
Тема 17. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність	3	1				2	2	1			1
Тема 18. Склади в інфраструктурі товарного ринку	3	1				2	2	1			1
Тема 19. Контролюючі функції	4	1	1			2	2				

інфраструктури. Система захисту прав споживачів													1
Тема 20. Система захисту конкуренції та її правові засади	5	1				4	2						1
Разом за змістовим модулем 3	26	7	3			16	14	4	1				7
Усього годин	90	20	10			60	90	12	6				72

5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		д.ф.н.	з.ф.н.
1.	Принципи й особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку	2	0
2.	Організовані товарні ринки. Аукціони та тендери як форми організованих товарних ринків	2	1
3.	Товарні біржі	2	1
4.	Витрати обігу та оцінка ефективності комерційної діяльності	1	0
5.	Лізинг	1	0
6.	Роль та значення логістики в інфраструктурному комплексі	1	0
7.	Контролюючі функції інфраструктури. Система захисту прав споживачів	1	0
8.	Сутнісна характеристика товарного ринку	0	1
9.	Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку	0	1
10.	Роздрібна торгівля	0	1
11.	Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність	0	1
	Разом	10	6

6. Теми та зміст практичних, лабораторних робіт

7. Самостійна робота

№ з/п	Тема, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
		д.ф.н.	з.ф.н.
1	Товарні біржі: функції, види та правові засади діяльності (робота з рекомендованою літературою, пошук та опрацювання додаткових джерел, аналіз поточної ситуації професійної взаємодії з клієнтами, підготовка до виконання контрольної роботи – для студентів з.ф.н.)	5	5
2	Фінансовий лізинг: зміст, оформлення та здійснення лізингової угоди (робота з рекомендованою літературою, пошук та опрацювання додаткових джерел, аналіз поточної ситуації професійної взаємодії з клієнтами)	5	5
3	Антимонopolний комітет України: задачі і функції (робота з рекомендованою літературою, пошук та опрацювання додаткових джерел, аналіз поточної ситуації професійної взаємодії з клієнтами, підготовка до виконання контрольної роботи – для студентів з.ф.н.)	5	5
4	Українська практика боротьби з недобросовісною конкуренцією (робота з рекомендованою літературою, пошук та опрацювання додаткових джерел, аналіз поточної ситуації професійної взаємодії з клієнтами)	2	5
5	Аукціони. Види та умови проведення (робота з рекомендованою літературою, пошук та опрацювання додаткових джерел, аналіз поточної ситуації професійної взаємодії з клієнтами, підготовка до виконання контрольної роботи – для студентів з.ф.н.)	3	5
6	Біржова діяльність в Україні (робота з рекомендованою літературою, пошук та опрацювання додаткових джерел, аналіз поточної ситуації професійної взаємодії з клієнтами)	5	5
7	Франчайзинг в Україні. Ефективні франчайзингові схеми (робота з рекомендованою літературою, пошук та опрацювання додаткових джерел, аналіз поточної ситуації професійної взаємодії з клієнтами, підготовка до виконання контрольної роботи – для студентів з.ф.н.)	2	5
8	Основні правила мерчандайзингу по видах товарів (робота з	3	

	рекомендованою літературою, пошук та опрацювання додаткових джерел, аналіз поточної ситуації професійної взаємодії з клієнтами)		5
9	Голландський квітковий аукціон – організація і проведення (робота з рекомендованою літературою, пошук та опрацювання додаткових джерел, аналіз поточної ситуації професійної взаємодії з клієнтами)	5	2
10	Практика роботи мережевої компанії (за вибором) (робота з рекомендованою літературою, пошук та опрацювання додаткових джерел, аналіз поточної ситуації професійної взаємодії з клієнтами, підготовка до виконання контрольної роботи – для студентів з.ф.н.)	2	5
11	Інтернет-аукціони. Практика захисту інтересів сторін (робота з рекомендованою літературою, пошук та опрацювання додаткових джерел, аналіз поточної ситуації професійної взаємодії з клієнтами)	5	5
12	Wall-Mart – досвід лідера світової торгівлі (робота з рекомендованою літературою, пошук та опрацювання додаткових джерел, аналіз поточної ситуації професійної взаємодії з клієнтами, підготовка до виконання контрольної роботи – для студентів з.ф.н.)	3	5
13	Тендер як форма організованого ринку (робота з рекомендованою літературою, пошук та опрацювання додаткових джерел, аналіз поточної ситуації професійної взаємодії з клієнтами)	5	5
14	Законодавче регулювання закупівлі товарів і послуг за кошти державного бюджету (робота з рекомендованою літературою, пошук та опрацювання додаткових джерел, аналіз поточної ситуації професійної взаємодії з клієнтами, підготовка до виконання контрольної роботи – для студентів з.ф.н.)	5	5
15	Торгово-промислова палата України: цілі і послуги (робота з рекомендованою літературою, пошук та опрацювання додаткових джерел, аналіз поточної ситуації професійної взаємодії з клієнтами)	5	5
	Разом	60	72

7. Контрольні заходи

Методами контролю результативності навчання студентів є оцінювання їхньої активності на лекційних заняттях; оцінювання активності та якості роботи на практичних заняттях; опитування на семінарських заняттях; оцінювання індивідуальних завдань (модульний контроль), підсумковий контроль (іспит).

Розподіл балів, які отримують студенти денної форма навчання

Види роботи		Змістові модулі (бали)			Загалом
		Модуль I	Модуль II	Модуль III	
1.	Відвідування лекцій та участь в інтерактивній взаємодії під час лекції	6 (2 бали за пару)	6 (2 бали за пару)	4 (2 бали за пару)	16
2.	Активність на практичних заняттях	12 (3 бали за 1 пару)	12 (3 бали за 1 пару)	12 (3 бали за 1 пару)	36
3.	Індивідуальне завдання (модульний контроль)	6	6	6	18
4	Іспит				30
Разом					100

Критерії оцінювання.

- Відвідування лекцій та участь в інтерактивній взаємодії під час лекції:
 - не відвідав лекційне заняття – 0 балів
 - відвідав, але не брав участі в інтерактивній взаємодії – 1 бал
 - відвідав, брав участь в інтерактивній взаємодії, виявив здатність до формулювання обґрунтованої думки, що базується на знанні теорій та методів індивідуальної роботи з клієнтом – 2 бали.
- Активність на семінарських заняттях:
 - не відвідав практичне заняття або відвідав, але не брав участь в обговоренні матеріалу, не виконав домашнього завдання – 0 балів
 - відвідав, не виявив ініціативи щодо обговорення матеріалу та (або) презентації результатів виконання домашнього завдання, в інтерактивній взаємодії припустився суттєвих помилок, не виявив здатності до аналітичного мислення – 1 бал

- відвідав, проявив ініціативу щодо обговоренні матеріалу та (або) презентації результатів виконання домашнього завдання, в інтерактивній взаємодії продемонстрував здатність до аргументації власної думки, але не до інноваційних рішень поставлених завдань – 2 бали
 - відвідав, проявив значну активність щодо обговоренні матеріалу та (або) презентації результатів виконання домашнього завдання, в інтерактивній взаємодії продемонстрував високий рівень здатності до аргументації власної думки та до інноваційних рішень поставлених завдань – 3 бали.
3. Індивідуальне завдання (модульний контроль):
- не підготував завдання з модульного контролю або в якості виконаного завдання подав текст, що містить 80 або більше відсотків плагіату – 0 балів
 - підготував завдання з модульного контролю, але виконав його формально, частка підготовленого тексту (але не більше 20%) не є унікальною, студент погано орієнтується у власному тексті, не може узагальнити результатів роботи – 1-3 бали.
 - вчасно підготував завдання з модульного контролю, але робота має недостатній рівень аналітичності та інноваційності, висновки є поверховими; невчасно підготував роботу без поважних причин, хоч вона і має достатній рівень аналітичності – 4 бали для роботи першого семестру, 6-11 балів для роботи.
 - роботу підготовлено вчасно, вона відповідає поставленим завданням, є самостійною, висновки мають достатній рівень аналітичності та інноваційності – 5-6 балів.
4. Іспит:
- на іспиті студент відповідає на 3 запитання, максимальна кількість балів з кожного – 10 балів. Вимоги до оцінювання відповідей відповідають загально академічним.

Розподіл балів, які отримують студенти заочної форми навчання

Види роботи		Змістові модулі (бали)			Загалом
		Модуль I	Модуль II	Модуль III	
1.	Відвідування лекцій та участь в інтерактивній взаємодії під час лекції	4 (2 бали за пару)	6 (2 бали за пару)	5 (1 бал за пару)	15
2.	Активність на семінарських заняттях	10	10	-	20
3.	Індивідуальне завдання (модульний контроль)		30		30
4	Іспит				35
Разом					100

Критерії оцінювання.

1. Відвідування лекцій та участь в інтерактивній взаємодії під час лекції:
 - не відвідав лекційне заняття – 0 балів
 - відвідав, але не брав участі в інтерактивній взаємодії – 1 бал
 - відвідав, брав участь в інтерактивній взаємодії, виявив здатність до формулювання обґрунтованої думки, що базується на знанні теорій та методів індивідуальної роботи з клієнтом – 2 бали.
2. Активність на семінарських заняттях:
 - не відвідав практичне заняття або відвідав, але не брав участь в обговоренні матеріалу, не виконав домашнього завдання – 0 балів
 - відвідав, не виявив ініціативи щодо обговорення матеріалу та (або) участі у виконанні групових завдань, в інтерактивній взаємодії припустився суттєвих помилок, не виявив здатності до аналітичного мислення – 1-3 бали
 - відвідав, проявив ініціативу щодо обговоренні матеріалу та (або) участі у виконанні групових завдань, в інтерактивній взаємодії продемонстрував здатність до аргументації власної думки, але не до інноваційних рішень поставлених завдань – 4-11 балів
 - відвідав, проявив значну активність щодо обговоренні матеріалу та (або) участі у виконанні групових завдань, в інтерактивній взаємодії продемонстрував високий рівень здатності до аргументації власної думки та до інноваційних рішень поставлених завдань – 12-15 балів.
3. Індивідуальне завдання (модульний контроль)
 - не підготував завдання з модульного контролю або в якості виконаного завдання подав текст, що містить 80 або більше відсотків плагіату – 0 балів
 - підготував завдання з модульного контролю, але виконав його формально, частка підготовленого тексту (але не більше 20%) не є унікальною, студент погано орієнтується у власному тексті, не може узагальнити результатів роботи – 1-10 балів
 - вчасно підготував завдання з модульного контролю, але робота не повністю відповідає завданням, має недостатній рівень аналітичності та інноваційності, висновки є поверховими; невчасно підготував роботу без поважних причин, хоч вона і має достатній рівень аналітичності – 11-24 бали

- роботу підготовлено вчасно, вона відповідає поставленим завданням, є самостійною, висновки мають достатній рівень аналітичності та інноваційності – 25-30 балів
- 4. Іспит:
 - на іспиті студент відповідає на 3 запитання, максимальна кількість балів з кожного – 12 балів. Вимоги до оцінювання відповідей відповідають загально академічним.

8. Методичне забезпечення

1. Методичні розробки, розміщені в ресурсі Moodle
2. Навчально-методичний комплекс для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» з навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»

9. Навчальні ресурси

Основна рекомендована література

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс: Пер. з англ. Навч. посібник. - М.: Видав. дім «Вільямс», 2001.-608с.
2. Белявцев М.І. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посібник для студ. вищих навч. закладів/ М.І. Белявцев, Л.В. Шестопалова - К.: Центр навчальної літератури, 2005.-416 с.
3. Господарський кодекс України. – Х.: ТОВ «Одіссей», 2003 – 248с.
4. Даненбург В. и др. Основы оптовой торговли: Практический курс / Пер. с англ. - СПб.: Нева-Ладога-Онега, 2001. - 228 с.
5. Ибрагимов Л.А. Инфраструктура товарного рынка. - М.: "Издательство ПРИОР", 2001, 256с.
6. Каплина С. А. Организация комерч деятельности: уч пособие / С. А. Каплина Ростов н/Д: Феникс , 2002 - 416с.
7. Політична економія: Навч. Посібник / К.Т. Кривенко та ін. – К.КНЕУ, 2001. – 518с.
8. Савощенко А. С. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник. - К.: КНЕУ, 2005. - 340 с.
9. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник/ Під ред.ІВ. Сороки.- К.: НМЦВО МО і Н України, НВФ «Студцентр», 2002.-608 с
10. Федько В.П., Федько Н.Г. Інфраструктура товарного ринку. Серія «Учебники, учебные пособия». Ростов Н/Д: Феникс, 2000.- 512 с.
11. Финансовый лизинг на предприятии / М.В.Карп, Р.А. Махмутов, Е.М. Шабалин. -М: Финансы: ЮНИТИ, 2001 р.
12. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник. - К.: МАУП, 2004. -254с.
13. Штерн Л.В. и др. Маркетинговые каналы. – М.: Изд. Дом «Вильямс». 2002. – 624с.
14. Щур Д.Л., Труханович Л.В. Основы торговли. Розничная торговля. - 3- е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство «Дело и Сервис», 2002. - 800с.

Допоміжна рекомендована література

1. Закон України "Про Антимонопольний комітет України" // Відомості Верховної Ради України 1993, №50, ст.472
2. Закон України "Про товарну біржу" від 10.12.91 (зі змінами та доповненнями від 15.05.2003).
3. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про лізинг» № 1381-IV від 12.11.2003. - // Урядовий кур'єр, 16.01.2004 №8.
4. Закон України від 22.05.97 р. № 283/97-ВР: Про оподаткування прибутку підприємств.
5. Закон України від 7 лютого 1991 року: Про власність // Закон України. — Т. 1.—К., 1996— с 173.
6. Законодавство України про інформацію (за станом на 1 березня 1999 р.). - К.: Парламентське вид-во, 1999. - 168с.
7. Бобров В.Я. Основы рыночной экономики и предпринимательства. К., Вища шк., 2013.
8. Виноградська А. М. Комерційне підприємство : сучасний стан, стратегії розвитку Монографія / А. М. Виноградська К:Центр навч. літ-ри, 2011 - 807с.
9. Гитомер Д. Библия торговли. - СПб: Питер, 2014. - 607с.
10. Голиков Е. А. Оптовая торговля : менеджмент, маркетинг, логистика, финансы, безопасность: учеб-практ пособие / Е. А. Голиков М: Экзамен, 2004 - 272с
11. Дудяк Р.П. "Організація біржової діяльності: основи теорії і практикум": Навчальний посібник - 2-ге видання - Львів: Новий Світ - 2000: Магнолія плюс, 2003.
12. Дэвид Джоббер, Джеффер Ланкастер. Продажи и управление продажами: Учеб. пособие: Пер. с англ. / Дэвид Джоббер, Джеффер Ланкастер. - М: ЮНИТА-ДАНА, 2012. - с 375-379.
13. Єрмошенко М.І. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навчальний посібник. -К.: НАУ, 2003.

14. Жук М.В. Комерційні відносини України: Підручник для студ. вищих навч. Закладів / М.В. Жук-Чернівці: Рута, 2003.-576 с
15. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П.. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Пер. с англ.. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 512 с.
16. Копроні Р., Кисіль Р., Розанова Н., Василенко Д Лізинг в Україні: Посібник. -К, 2011
17. Кушнір Т.Б. Економіка і організація біржової торгівлі: Навч. посібник. -Х.: Консул, 2003.-216 с
18. Леви М., Вейтц Б.А. Основы розничной торговли / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. - СПб: Издательство «Питер», 2014. - 448с.
19. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник.- 2- ге вид., доп. і перероб.- К.: КНЕУ, 2003.- 524 с
20. Наказ Державної митної служби України "Про затвердження Порядку застосування митного режиму тимчасового ввезення (вивезення) N 173 від 28.03.2000.
21. Обротько Б.А. Менеджмент посередницької та біржової діяльності: Навчальний посібник. - К.: МАУП, 2003 - 264
22. Організація торгівлі: підр / І. П. Міщук, В. М. Ребицький; ред В. В. Апопій, 2-е вид К. центр навч літ-ри , 2015 - 616с
23. О'Рейли Д. Как найти и удержать оптового покупателя: пер с англ / Д. О'Рейли , Д. Д. Гибас Минск:Амалфея, 2003 – 271с
24. Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг. - К.: КНЕУ, 2003р.
25. Памбухчиянц О. В. Организация и технология коммерч. деят. в вопросах и ответах: учеб / О. В. Памбухчиянц М: Маркетинг, 2011 - 320с
26. Примак. Т.О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку: Навч. посіб. - К: МАУП, 2003.-с 65-68.
27. Селезнев В. Основы рыночной экономики Украины/ - 2-е изд., доп. и перераб. -К.: А.С.К., 2002. - 656с.
28. Синамати А. Успех в многоуровневом маркетинге. - М.: 2009, 77 с.
29. Солодкий М. О. Біржовий ринок: Навч. посібник. - К.: Джерела, 2001. -336 с.
30. Соломатин А.Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебник. - М.: ИНФРА, 2010. - 294с.
31. Хромов Л.Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика. Настольная книга делового человека-менеджера и бизнесмена. - Петрозаводск: 2013, 308 с.
32. Хоскинг А. Курс предпринимательства. - М.: Международные отношения, 1993.
33. Хопкинс Т. Как стать мастером продаж. – М.: Агент."ФАИР", 2010, 384с.

15. Інформаційні ресурси

1. Нормативна база (будь-які правові пошукові системи, включно системи, що розташовані на офіційних сайтах в мережі Інтернет відповідних органів).
2. Джерела (див. перелік навчальної та довідкової літератури, а також різні професійні періодичні видання вітчизняного та закордонного походження).
3. Мережа Інтернет.

Інші (в тому числі електронні) ресурси

1. **Фонди бібліотеки** АПСВТ, Національної наукової бібліотеки України, Національної бібліотеки України ім. В.І Вернадського.
2. **Електронні каталоги:**
<http://ccf.kiev.ua/rescenters/kiiev/c23.html> (Київського ресурсного центру «Соціальна освіта в Україні»);
http://www.nbu.gov.ua/db/library_db.html (Національної бібліотеки України ім. В.І Вернадського)
3. **Фонд кафедри маркетингу** АПСВТ
4. **Веб-сайти періодичних наукових видань:**
<https://socosvita.kiev.ua/node/63/> (Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму)
5. **Сторінки установ, організацій та тематичні сторінки:**
 Українська асоціація маркетингу [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://uam.in.ua/>
 Міжнародний центр розвитку і лідерства [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ildc.org.ua/>
[Український інститут соціальних досліджень](http://www.uisr.org.ua/) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.uisr.org.ua/>
 Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
 РЕЄСТР сертифікатів виданих УкрТЕСТ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.ukrtest.kiev.ua/reestr/
 Українське агентство зі стандартизації [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukrndnc.org.ua/>
 Державна фіскальна служба України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/zakonodavstvo/mitne-zakonodavstvo/>
 Міжнародний інститут бізнесу [Електронний ресурс]. — <https://iib.com.ua/ua/>
 Антимонопольний комітет України [Електронний ресурс]. — <http://amc.gov.ua/>
 The British Library [Електронний ресурс]. — <http://www.bl.uk/>
 Бізнес словарь [Електронний ресурс]. — <http://www.businessvoc.ru/>
 Державна митна служба України [Електронний ресурс]. — <http://www.customs.gov.ua>

Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики [Електронний ресурс]. — <http://www.dssu.gov.ua>
Служба тематических толковых словарей [Електронний ресурс]. — <http://www.glossary.ru/>
Урядовий портал [Електронний ресурс]. — <http://www.kmu.gov.ua>
Верховна рада України [Електронний ресурс]. — <http://www.rada.gov.ua>