

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра економіки і торгівлі

СИЛАБУС
вибіркового освітнього компонента
ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ

підготовки бакалавра
галузі знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності 075 Маркетинг
освітньо-професійної програми Маркетинг

Силабус освітнього компонента ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ
підготовки бакалавра галузі знань 07 Управління та адміністрування,
спеціальності 075 Маркетинг, за освітньою програмою Маркетинг

Розробник: Бортнік С.М., доцент кафедри економіки і торгівлі, кандидат
економічних наук, доцент

Гарант освітньо-професійної

програми



Алла ЛЯЛЮК

**Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри економіки
і торгівлі**

протокол № 1 від 29.08. 2024 р.

Завідувач кафедри



Олена ПАВЛОВА

І. Опис освітнього компонента

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	07 Управління і адміністрування 075 Маркетинг Маркетинг Перший (Бакалаврський)	Вибірковий
Кількість годин/кредитів 150 /5 ІНДЗ: немає		Рік навчання 3
		Семестр 5
		Лекції 10 год.
		Практичні 20 год.
		Самостійна робота 110 год.
		Консультації 10 год.
		Форма контролю: залік
Мова навчання		українська
Сторінка курсу в MOODLE		https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=3077

ІІ. Інформація про викладача

Бортнік Світлана Миколаївна, к.е.н., доцент кафедри економіки і торгівлі,
 Контактна інформація – моб. 0953267477, Bortnik.Svetlana@vnu.edu.ua, G-412.
 Дні занять розміщено на <http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>
 Адреса викладання курсу: вул. Винниченка, 28, корпус G ВНУ імені Лесі Українки

ІІІ. Опис дисципліни

1.Анотація освітнього компонента. Ефективне функціонування сучасного ринку безпосередньо залежить від постійно відтворюваного ринкового середовища, важливим елементом якого є інфраструктура. Освітній компонент «Інфраструктура товарного ринку» формує систему знань з теорії й практики функціонування й розвитку інфраструктури товарного ринку, управління товарообігом, забезпечення потреб споживачів у системі просування, зберігання та продажу товарів. Курс призначений для вивчення складових елементів інфраструктури товарного ринку, їх функцій та специфіки організації посередницької діяльності у каналах розподілу; аналізування показників діяльності інфраструктурних елементів товарного ринку та набуття вмінь ефективного пошуку ділових партнерів та формування комерційно-господарських зв'язків між суб'єктами товарного ринку. Освітній компонент належить до переліку вибіркових і сприяє формуванню вмінь творчого пошуку рішень у сфері удосконалення функціонування сфери обігу й набутті практичних навичок розв'язання конкретних завдань визначення оптимальної поведінки підприємства на товарному ринку.

2. Пререквізити: «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Маркетинг послуг».
Постреквізити: «Поведінка споживача», «Маркетингові дослідження».

3. Мета і завдання освітнього компонента.

Тема 1. Сутнісна характеристика товарного ринку	11,5	0,5	1	10	-	ДС (2), О (4) / 6 балів
Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, структура та проблеми розвитку	13	1	2	9	1	О (2), РК/3 (2), РМГ (3) / 7 балів
Тема 3. Показники розвитку інфраструктури товарного ринку	13	1	2	9	1	О (2), РК/3 (2), РМГ (3) / 7 балів
Тема 4. Значення, сутність та функції торгівлі	11,5	0,5	1	9	1	О (2), РМГ (4) / 6 балів
Тема 5. Організаційна структура торгівлі та показники її розвитку	13	1	2	9	1	О (2), РК/3 (2), РМГ (3) / 7 балів
Тема 6. Послуги підприємств оптової та роздрібною торгівлі. Лізингові послуги на товарному ринку	13	1	2	9	1	О (2), РК/3 (2), РМГ (3) / 7 балів
Разом за модулем 1	75	5	10	55	5	40
Змістовий модуль 2. Практичні основи організації торговельно-посередницької діяльності на товарному ринку						
Тема 7. Принципи та особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку. Маркетингові рішення в роздрібній торгівлі	13	1	2	9	1	О (2), РК/3 (2), РМГ (2) / 6 балів
Тема 8. Організовані товарні ринки. Аукціони та тендери як форми організованих товарних ринків	11,5	0,5	1	9	1	О (2), РК/3 (2), РМГ (2) / 6 балів
Тема 9. Товарні біржі. Брокерська діяльність	13	1	2	9	1	О (2), РК/3 (2), РМГ (2) / 6 балів
Тема 10. Складське господарство в інфраструктурі товарного ринку. Транспортно-експедиційна діяльність	13	1	2	9	1	ДГ (10) / 10 балів
Тема 11. Інформаційна діяльність в інфраструктурному комплексі. Рекламні агенції як елемент інфраструктури товарного ринку	13	1	2	9	1	РК/3 (2), РМГ (6) / 8 бали
Тема 12. Контролюючі функції інфраструктури. Правове забезпечення функціонування інфраструктури товарного ринку	11,5	0,5	1	10	-	О (2), РК/3 (2) / 4 бали
Разом за модулем 2	75	5	10	55	5	40
Підсумкова контрольна робота						20
Всього годин / Балів	150	10	20	110	10	100

*Форма контролю: ДС – дискусія, О – опитування, РК/3 – розв’язування кейсів (задач), РМГ – робота в малих групах, ДГ – ділова гра.

6. Завдання для самостійного опрацювання.

Самостійна робота – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються здобувачами освіти самостійно під методичним керівництвом викладача.

До завдань самостійної роботи, які запропоновані здобувачам освіти, віднесено:

1. Вивчення лекційного матеріалу.
2. Робота з рекомендованою літературою.
3. Підготовка до практичних занять, дискусій, роботи в малих групах, ділової гри.
4. Опрацювання тем, що винесені на самостійне вивчення.
5. Контрольна перевірка знань за запитаннями для самоконтролю.

Питання та завдання для самостійної роботи визначені відповідними темами освітнього компонента та містяться в електронному курсі у веб-середовищі системи управління навчанням Moodle <https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=3077>.

IV. Політика оцінювання

Політика щодо відвідувань занять: відвідування занять є обов'язковим. Здобувачі освіти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених силабусом. Пропущені заняття відпрацьовувати у визначений час згідно затвердженого графіка.

За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, участь в наукових заходах тощо) навчання може відбуватись в цей період в онлайн формі або за індивідуальним планом за погодженням із викладачем.

Здобувач освіти повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь в освітньому процесі.

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти визначається Положенням про визнання результатів, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки (<https://is.gd/tg0qDU>).

Політика щодо академічної доброчесності окреслюється Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату в науковій та навчальній діяльності здобувачів вищої освіти, докторантів, науково-педагогічних і наукових працівників Волинського національного університету імені Лесі Українки (<https://is.gd/6X2p4c>) та Кодексом академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/aagxg>).

Політика щодо дедлайнів та перескладання: у випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

Політика щодо додаткових (бонусних) балів: здобувачам освіти можуть бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю максимум 15 балів за такі види робіт: опубліковану наукову статтю у фахових виданнях України чи рецензованих закордонних журналах – 10 балів; публікацію тез – з виступом на конференції 5 балів, без виступу – 3 бали; підготовку та участь у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 7 балів; перемогу у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 15 балів; подачу проектних заявок на участь в студентських програмах обміну, стипендійних програмах, літніх та зимових школах тощо – 7 балів.

V. Підсумковий контроль

Порядок організації поточного та підсумкового контролю знань здобувачів освіти регламентується Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки (<https://is.gd/IxU1DW>).

Семестровий залік виставляється здобувачам освіти на підставі результатів виконання усіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру за 100-бальною шкалою.

Перездача підсумкового контролю освітнього компонента проводиться у вигляді письмової відповіді на одне теоретичне питання (20 балів) та розв'язку двох ситуаційних вправ – по 40 балів кожне. Максимальна оцінка 100 балів.

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком освітнього процесу.

Перелік питань на залік

1. Сутність та функції товарного ринку.

2. Класифікація ринків.
3. Форми і методи регулювання товарного ринку.
4. Поняття інфраструктури товарного ринку. Елементи інфраструктури товарного ринку та їх взаємодія.
5. Характеристика основних елементів інфраструктури товарного ринку.
6. Функції елементів інфраструктури товарного ринку.
7. Функції інфраструктури товарного ринку в економіці України.
8. Показники розвитку інфраструктури товарного ринку.
9. Проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку.
10. Особливості, форми та методи регулювання товарного ринку.
11. Місце торгівлі в економічній системі.
12. Загальна характеристика торгівлі як системи, її функції.
13. Макроекономічні показники оптової торгівлі. Перспективи та тенденції розвитку оптової торгівлі в Україні.
14. Види й організаційно-правові форми підприємств оптової торгівлі.
15. Розподільчі, маркетингові, посередницькі та інші функції оптової торгівлі.
16. Послуги підприємств оптової торгівлі.
17. Товарні запаси в оптовій торгівлі.
18. Сутність спеціалізації підприємств роздрібною торгівлі та методи визначення її рівня.
19. Нетрадиційні методи гуртового продажу товарів.
20. Раціоналізація товароруку. Поняття товарного потоку та товарної партії.
21. Послуги підприємств оптової торгівлі. Показники діяльності підприємств оптової торгівлі та методи їх визначення.
22. Сутність торгово-посередницької діяльності. Організація діяльності посередників на товарному ринку.
23. Характеристика основних видів торгових посередників на товарному ринку.
24. Принципи діяльності посередників.
25. Класифікація магазинів. Типи магазинів.
26. Класифікація підприємств роздрібною торгівлі.
27. Маркетингові рішення у роздрібній торгівлі.
28. Торгові представники і вимоги щодо їх діяльності.
29. Сутність спеціалізації підприємств роздрібною торгівлі та методи визначення її рівня.
30. Сутність роздрібною торговельною мережі, види мереж, їх переваги та недоліки.
31. Типи та характеристики торговельно-посередницької діяльності на ринках товарів виробничого призначення, споживчих товарів і ринку послуг.
32. Функції посередників на товарному ринку.
33. Правове забезпечення торговельно-посередницької діяльності.
34. Критерії відбору торгових посередників. Функції торгових посередників на товарному ринку.
35. Роль та місце організованих товарних ринків в інфраструктурі товарного ринку.
36. Аукціон як форма організованого ринку. Сучасні тенденції розвитку аукціонної торгівлі.
37. Тендери як форма організованого товарного ринку. Класифікація тендерів. Етапи організації і проведення тендерів.
38. Функції товарної біржі. Класифікація товарних бірж.
39. Форми та методи проведення біржових торгів.
40. Організаційно-правові основи функціонування бірж як ринкових суб'єктів.
41. Стан та тенденції розвитку біржової торгівлі в Україні.
42. Організація й технологія біржової торгівлі.
43. Автоматизація та механізація роботи складів.

44. Аналіз технічних можливостей і добір конкретного виду транспорту залежно від об'єктів транспортування та комерційних завдань суб'єкта товарного ринку.
45. Способи та особливості доставки товарів авіаційним, залізничним, водним, автомобільним та трубопроводним транспортом.
46. Сутність транспортно-експедиційних операцій.
47. Тара й тарне господарство.
48. Завдання та функції експедиторських служб.
49. Маркетингові рішення в роздрібній торгівлі.
50. Електронна комерція як новітня форма продажу товарів і послуг.
51. Маркетингові центри як складові інфраструктури товарного ринку.
52. Нормативно-правові засади діяльності суб'єктів роздрібної торгівлі. Зобов'язання роздрібної торгівлі щодо контролю якості товарів.
53. Види інформаційних послуг. Класифікація комерційної інформації.
54. Види підприємств, що надають інформаційні послуги.
55. Інформаційно-комерційні центри як складові інфраструктури товарного ринку, їх завдання та функції.
56. Реклама як вид комерційної інформації. Рекламні агенції як інформаційні організації.
57. Функції рекламних посередників.
58. Значення контролюючих функцій інфраструктури товарного ринку. Суб'єкти, що здійснюють контролюючі функції.
59. Роль держави в контролі діяльності елементів інфраструктури.
60. Органи, що здійснюють контроль за діяльністю роздрібної торгівлі: їх права, обов'язки та повноваження.

VI. Шкала оцінювання

Оцінювання результатів складання підсумкового контролю у вигляді заліку здійснюється у порядку, передбаченому прийнятою в Університеті системою контролю знань за 100-бальною шкалою з переведенням у лінгвістичну оцінку.

Таблиця 3

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 - 81	
67 -74	
60 - 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)

Критерії оцінювання результатів навчання:

60-100 балів (зараховано): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента в обсязі, необхідному для подальшого навчання і майбутньої роботи за фахом, здатний виконувати завдання, передбачені силабусом, ознайомлений з основною рекомендованою літературою; при виконанні завдань припускається помилок, але демонструє спроможність їх усувати.

1-59 балів (незараховано): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента на елементарному рівні, теоретичний зміст курсу не освоєний, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених силабусом завдань не виконано або містять грубі помилки.

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна література

1. Валігурський Д.І. Організація комерційної діяльності в інфраструктурі ринку. Підручник для бакалаврів. 2019. 300с.

2. Ємельянов С.А. ІТ-інфраструктура організації. Навчальний посібник. 2021. 146 с.
3. Інфраструктура товарного ринку, товарознавство: методичні рекомендації до практичних завдань та самостійної роботи студентів / уклад. Т. Є. Сігаєва. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. 43 с. URL: <https://is.gd/TDD9Pe>
4. Калюжна О. В. Інфраструктура ринку. Конспект лекцій. Миколаїв: Миколаївський національний аграрний університет, 2020. 79 с. URL: <https://is.gd/1WrcpY>
5. Пилявець В.М. Інфраструктура товарного ринку. Навч. посіб. 2-ге видання, доповне і перероблене. Київ: Каравела, 2024. 220 с.
6. Тараєвська Л.С. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник. Івано-Франківськ, ІФНТУНГ, 2020. 107 с.

Додаткова література

7. Апопій В., Мішук І., Ребицький В., Рудницький С., Хом'як Ю. Організація торгівлі: підручник. К. : ЦУЛ, 2021. 632 с.
8. Бортнік С. М. Формування та розвиток логістичної інфраструктури України в контексті євроінтеграції. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент* : наук. журн. Сум. нац. аграр. ун-т. Суми, 2019. Вип. 3(81).С. 45–51. (<http://nfv.ukrintei.ua/view/5b1925e17847426a2d0ab2bc>,

9. Бортнік С.М. Місце України у світових рейтингах розвитку транспортно-логістичної інфраструктури / Світлана Миколаївна Бортнік . *Український журнал прикладної економіки*. 2020. № 1. С. 142–151. http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2020/10/ujae_2020_r01_a17.pdf

10. Бортнік С. М. Дослідження державної інвестиційної політики в сфері розбудови транспортної інфраструктури України. *Економічний форум : науковий журнал* Луцьк : ЛНТУ, 2020. № 2. С. 18–27. (<http://lutsk-ntu.com.ua/sites/default/files/sites/default/files/files12/ekonomichnyi-forum-2-2020.pdf>)

11. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ: Аграр Груп, 2021. 454.

12. Лисак О. І., Андрєєва Л. О., Тебенко В. М. Електронна комерція : курс лекцій. Мелітополь : Люкс, 2020. 225 с.

13. Лисак О. І., Андрєєва Л. О., Тебенко В. М. Електронна комерція : курс лекцій. Мелітополь: Люкс, 2020. 225 с.

14. Маркетинг торгово-посередницьких послуг та комерційна діяльність: конспект лекцій / укладачі: О. А. Біловодська, Л. О. Сигида. Суми: Сумський державний університет, 2017. 202 с.

15. Мельник Т.Ю. Товарознавство : підручник (для студентів економічних спеціальностей) Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 364 с.

16. Приходько Д.О. Основи біржової діяльності: підручник. Х: ФОП Боровін О.В., 2021. 280 с.

17. Рокоча В.В. Міжнародна торговельна діяльність: підручник. К. : ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2018. 698 с.

18. Солодкий М.О., Ільчук М.М., Яворська В.О. Аналіз і прогнозування біржового ринку. Київ: ФОП Ямчинський О.В., 2020. 642 с.

19 Цимбалюк І. О., Антонюк Д. А., Цимбалюк С. М., Бортнік С. М. Маркетингове дослідження ринку спортивно-оздоровчих послуг в Україні та її регіонах. *Наукові праці Донецького національного технічного університету*. Серія: «Економічна». 2022. №1(25). С. 48-60. DOI: 10.31474/1680-0044-2022-1(25)-48-60. URL: https://economics.donntu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/06/6_czymbalyuk_antonyuk_czymbalyuk_redagovana.pdf

20 Лялюк А. М., Сак Т. В., Бортнік С. М. Маркетингові ризики торговельних підприємств в умовах цифрової економіки. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2022. №7. URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/economic2022/7/8139>

Інтернет-ресурси

1. Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>
2. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
3. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua>
4. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL: <https://iab.com.ua/>