

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО
Кафедра «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри, д.е.н.,
професор Дар'я Легеза

«_____» _____ 2021 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Інфраструктура товарного ринку»

для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» зі спеціальності
075 «Маркетинг» за ОПП *Маркетинг*
(на основі повної загальної середньої освіти)
факультет економіки та бізнесу

2021 – 2022 н.р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» зі спеціальності 075 «Маркетинг» за ОПП Маркетинг (на основі повної загальної середньої освіти). – Мелітополь, ТДАТУ, 2021 р. - 12 с.

Розробник: Куліш Т.В., .к.е.н., доцент

Робочу програму затверджено на засіданні кафедри «Маркетинг»

Протокол від «31» серпня 2021 року № 1

Завідувач кафедри «Маркетинг»

д.е.н, професор _____ Дар'я ЛЕГЕЗА

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу зі спеціальності 075 «Маркетинг» за ОПП Маркетинг (на основі повної загальної середньої освіти) Протокол від «02» вересня 2021 року № 1

Голова, доц. _____ Анна КОСТЯКОВА

1 ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки , освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	
Кількість кредитів 5	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» (шифр і назва)	Обов'язкова	
Загальна кількість годин – 150 годин	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	Курс	Семестр
Змістових модулів - 2		3-й	6-й
Тижневе навантаження: аудиторних занять - 6 год. самостійна робота студента – 4,2 год.	Ступінь вищої освіти: «Бакалавр»	Вид занять	Кількість годин
		Лекції	26 год.
		Лабораторні заняття	-
		Практичні заняття	52 год.
		Семінарські заняття	-
		Самостійна робота	72 год.
		Форма контролю: екзамен	

2 МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу – надати студентам ґрунтовних і достатніх практичних навичок з аналізу, планування та забезпечення ефективності господарювання, а також сформувати підґрунтя компетентного підходу до розв'язання повсякденних господарсько-торговельних та організаційних проблем діяльності суб'єктів інфраструктури.

Завдання курсу – розвинути у студентів базові знання з теорії та практики економічних відносин суб'єктів інфраструктури товарного ринку.

Предмет курсу – економічна діяльність суб'єктів інфраструктурного комплексу товарного ринку щодо забезпечення ефективного товарного обігу та його інтенсифікації, дії економічних законів, яким підпорядковується цей процес.

Основними завданнями дисципліни є:

- сформувати у студентів стійкі знання з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку та її ролі в ринковій економіці;
- зорієнтувати студентів на пошук найкращих умов здійснення ефективної діяльності суб'єктами інфраструктури товарного ринку;
- допомогти студентам оволодіти вмінням та навичками самостійного визначення та застосування методів раціональної організації та планування діяльності інфраструктурного комплексу.

У результаті вивчення дисципліни

студент повинен:

знати: сутність та значення інфраструктури товарного ринку в ринковій економіці, елементи ITP, маркетингові концепції розвитку ITP, характеристики основних видів оптової торгівлі.

вміти: здійснювати комплексну оцінку стану та розвитку інфраструктурного комплексу товарного ринку, його відповідність вимогам сучасної ринкової економіки, системно оцінювати техніко-економічні показники діяльності суб'єктів інфраструктурного комплексу; формувати раціональні комерційні зв'язки з оптової закупівлі та продажу товарів; розробляти концепції та рекомендації з комплексного розвитку інфраструктури товарного ринку.

бути ознайомленим: із законодавчою базою України з питань, що вивчаються дисципліною, з розвитком економічних процесів та явищ.

Освітня компонента забезпечує набуття здобувачами ВО:

- Загальних компетентностей:

ЗК05. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків

ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності

ЗК08 Здатність проведення досліджень на відповідному рівні

Спеціальних (фахових) компетентностей:

ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

ФК8 Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

ФК11 Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

ФК12 Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу

ФК13 Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

Програмних результатів навчання:

РН1. Демонструвати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння принципів побудови та розвитку його теорії.

РН3. Застосовувати набуті знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу

РН6 Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

РН7 Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію

РН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям та нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкту.

РН11 Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкту.

РН12 Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним

РН13 Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

РН14 Виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, приймати нестандартні маркетингові рішення.

РН18 Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною та іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

- *soft skills* Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів
 Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків

З ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Теоретичні основи інфраструктури товарного ринку

Тема 1 Сутність, завдання та проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку

Література основна: [1.1, с. 28-33; 1.2, с. 36-72; 1.7, с.180-188; 1.8, с.36-60]

Література додаткова: [2.2; 2.18, 2.3]

Сутність та значення інфраструктури товарного ринку в економіці. Особливості діяльності суб'єктів інфраструктури товарного ринку. Елементи інфраструктури товарного ринку. Функції інфраструктури. Маркетингові посередники як підґрунтя інфраструктури товарного ринку, їх типи. Показники оцінювання стану та розвитку інфраструктури товарного ринку. Маркетингова концепція розвитку суб'єктів інфраструктури. Проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку.

Тема 2. Макроорганізація оптової торгівлі

Література основна: [1.2, с.73-89; 1.3, с.168; 1.8, с.61-82; 1.4, гл. 9]

Література додаткова: [1.3; 2.5; 2.8]

Сутність та місце оптової торгівлі у ринкових процесах. Функції оптової торгівлі. Особливості оптової торгівлі продукцією виробничо-технічного призначення. Характеристика основних форм та видів оптової торгівлі. Макроекономічні показники оптової торгівлі

Тема 3. Підприємства оптової торгівлі. Послуги підприємств оптової торгівлі

Література основна: [1.1, с.408-418; 1.2, с.99-124; 1.3, с.165-174; 1.8, с.83-133]

Література додаткова: [2.3; 2.7; 2.19]

Види та організаційно-правові форми підприємств оптової торгівлі. Загальна характеристика діяльності підприємств оптової торгівлі. Організація оптової закупівлі товарів. Оптовий продаж товарів.

Тема 4. Послуги підприємств оптової торгівлі

Література основна: [1.1, с.408-418; 1.2, с.99-124; 1.3, с.165-174; 1.8, с.83-133]

Література додаткова: [2.3; 2.7; 2.19]

Послуги підприємств оптової торгівлі. Показники діяльності підприємств оптової торгівлі

Тема 5. Торгово-підприємницька діяльність на товарному ринку

Література основна: [1.2, с.179-203; 1.3, с.30-31; 1.8, с.134-160]

Література додаткова [2.7; 2.8; 2.18; 2.24]

Сутність та види торговельно-посередницької діяльності. Торгівля через торговельно-посередницькі структури.

Тема 6. Комерційне посередництво на товарному ринку

Література основна: [1.2, с.179-203; 1.3, с.30-31; 1.8, с.134-160]

Література додаткова [2.7; 2.8; 2.18; 2.24]

Характеристика посередницької діяльності. Основні типи посередників та їхні функції. Організація роботи посередників

Винагорода та мотивація посередників.

Тема 7. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність

Література основна: [1.2, розд. 9; 1.8, с.161-186; 1.5, гл.5]

Література додаткова [2.1; 2.15]

Сутність і призначення інформаційної та організаційно-комерційної діяльності. Інформаційні продукти та послуги. Організаційно-комерційні послуги: види, організація надання. Ефективність інформаційних та організаційно-комерційних послуг. Чинники «чорної скриньки» споживача. Дослідження міри задоволення споживачів. Дослідження поведінки споживачів товарів виробничо-технічного призначення.

МОДУЛЬ 2 Організація інформаційної та торгово-посередницької діяльності на товарних ринках

Тема 8. Роздрібна торгівля

Література основна: [1.2, розд. 10; 1.3, гл. 3; 1.8, с. 187-219; 1.13, с.71-80]

Література додаткова [2.7; 2.18; 2.19; 2.21]

Сутність, ознаки та форми роздрібної торгівлі. Функції та послуги суб'єктів роздрібної торговельної діяльності. Організація роздрібної торгівлі. Маркетингові рішення роздрібної торгівлі. Нормативно-правові засади діяльності суб'єктів роздрібної торгівлі.

Тема 9. Товарні біржі

Література основна: [1.2, розд. 11; 1.3, с.178-180; 1.8, с.221-263]

Література додаткова [2.6; 2.11; 2.20; 2.24]

Сутність біржової торгівлі та її роль у ринковій економіці. Види бірж та правові засади їхньої діяльності в Україні. Порядок створення і організація діяльності товарної біржі. Організація і технологія біржової торгівлі. Біржові товари. Особливості біржових угод на товарній біржі.

Тема 10. Брокерська діяльність

Література основна: [1.2, розд. 11; 1.3, с.178-180; 1.8, с.221-263]

Література додаткова [2.6; 2.11; 2.20; 2.24]

Суб'єкти біржових торгів. Завдання брокерської діяльності. Особливості брокерської діяльності на товарних біржах.

Тема 11. Лізинг.

Література основна: [1.2, розд.12; 1.3, с.180-185; 1.8, с.264-303; 1.11, с.3-17]

Література додаткова [2.12; 2.13; 2.17]

Визначення та економічне значення лізингу. Класифікаційна характеристика видів і форм лізингу. Сутність і послідовність здійснення лізингових угод.

Тема 12. Економічні основи лізингу

Література основна: [1.2, розд.12; 1.3, с.180-185; 1.8, с.264-303; 1.11, с.3-17]

Література додаткова [2.12; 2.13; 2.17]

Нормативно-правове підґрунтя відносин суб'єктів лізингу. Види лізингових платежів. Економічні засади лізингових угод

Тема 13. Персональний продаж

Література основна: [1.2, розд.13; 1.8, с. 304-333; 1.15]

Література додаткова [2.4; 2.1; 2.22]

Сутність, форми та відмінності персонального продажу. Управління персональним продажем. Головні складові процесу персонального продажу. Торгові представники (агенти) та вимоги до них. Нові форми продажу товарів і послуг.

4 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Номер тижня	Вид занять	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість				балів	
			годин					
			лк	лаб	пр	CPC		
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи інфраструктури товарного ринку								
1	Лекція 1	Сутність, завдання та проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку	2					
	Практична робота 1	Сутність, завдання та проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку			4		2	
	Самостійна робота 1	Робота на навчально-інформаційному порталі				5	1	
2	Лекція 2	Макроорганізація оптової торгівлі	2					
	Практична робота 2	Макроорганізація оптової торгівлі			4		3	
	Самостійна робота 2	Робота на навчально-інформаційному порталі				5	1	
3	Лекція 3	Підприємства оптової торгівлі	2				-	
	Практична робота 3	Підприємства оптової торгівлі			4		2	
	Самостійна	Робота на навчально-				5	1	

	робота 3	інформаційному порталі					
4	Лекція 4	Послуги підприємств оптової торгівлі	2				-
	Практична робота 4	Послуги підприємств оптової торгівлі			4		2
	Самостійна робота 4	Робота на навчально-інформаційному порталі				5	1
5	Лекція 5	Торгово-підприємницька діяльність на товарному ринку	2				-
	Практична робота 5	Торгово-підприємницька діяльність на товарному ринку			4		2
	Самостійна робота 5	Робота на навчально-інформаційному порталі				5	2
6	Лекція 6	Комерційне посередництво на товарному ринку	2				-
	Практична робота 6	Комерційне посередництво на товарному ринку			4		2
	Самостійна робота 6	Робота на навчально-інформаційному порталі				5	2
7	Лекція 7	Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність	2				
	Практична робота 7	Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність			4		2
	Самостійна робота 7	Робота на навчально-інформаційному порталі				5	2
8,9	Самостійна робота	Підготовка до ПМК I				5	
	ПМК I	Підсумковий контроль за змістовий модуль I					10
Всього за змістовий модуль 1 - 75 год			14		28	40	35
Змістовний модуль 2 Організація інформаційної та торгово-посередницької діяльності на товарних ринках							
10	Лекція 8	Роздрібна торгівля	2				
	Практична робота 8	Роздрібна торгівля			4		3
	Самостійна робота 8	Робота на навчально-інформаційному порталі				5	2
11	Лекція 9	Товарні біржі	2				
	Практична робота 9	Товарні біржі			4		2
	Самостійна робота 9	Робота на навчально-інформаційному порталі				5	1
12	Лекція 10	Брокерська діяльність	2				
	Практична робота 10	Брокерська діяльність			4		2
	Самостійна робота 10	Робота на навчально-інформаційному порталі				4	2
13	Лекція 11	Лізинг.	2				

	Практична робота 11	Лізинг.		4		2
	Самостійна робота 11	Робота на навчально-інформаційному порталі		4		1
14	Лекція 12	Економічні основи лізингу.	2			
	Практична робота 12	Економічні основи лізингу		4		2
	Самостійна робота 12	Робота на навчально-інформаційному порталі		4		2
15	Лекція 13	Персональний продаж	2			
	Практична робота 13	Персональний продаж		4		2
	Самостійна робота 13	Робота на навчально-інформаційному порталі		4		2
16,17	Самостійна робота	Підготовка до ПМК II		6		
	ПМК II	Підсумковий контроль за змістовий модуль II				10
Всього за змістовний модуль 2 -75 год.			12	24	32	35
Екзамен						30
Всього з навчальної дисципліни – 150год.						100

5. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВИНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 1

1. Сутність та складові процесу виробництва.
2. Засоби та предмети праці - призначення, відмінності від товару.
3. Взаємозв'язок та взаємодія фаз суспільного відтворення.
4. Походження та сутність терміну "інфраструктура".
5. Предмет дисципліни "Інфраструктура товарного ринку" та його взаємозв'язок з іншими дисциплінами.
6. Характеристика економічних категорій, що складають понятійну основу дисципліни.
7. Функції дисципліни "Інфраструктура товарного ринку".
8. Генезис дисципліни.
9. Сучасні визначення ринку. Матеріальна основа ринкових відносин.
10. Констатуючі параметри та атрибути ринку.
11. Передумова формування та умови функціонування ринкових відносин.
12. Суб'єкти і об'єкти ринкових відносин.
13. Предмет ринкового процесу.
14. Завдання та головні ознаки класифікації ринків.
15. Особливості ринку товарів та послуг (товарного ринку).
16. Складові механізму ринкового саморегулювання та їх взаємодія.
17. Види та форми зовнішнього впливу на товарний ринок.
18. Основні види ринкових процесів сучасного товарного ринку
19. Товарний ринок в інтегрованій структурі ринку, місце та значення.
20. Об'єкти, суб'єкти та ринкові процеси середовища товарного ринку.

21. Зовнішнє та внутрішнє регулювання товарного ринку.
22. Основні види ринкових процесів на товарному ринку та їх взаємозв'язок з економічним розвитком країни.
23. Характеристика маркетингової діяльності на товарному ринку.
24. Сучасні визначення інфраструктури та її диференціація.
25. Сутність та значення інфраструктури товарного ринку (ІТР).
26. Класифікація елементів інфраструктури товарного ринку (ІТР).
27. Особливості продукту економічної діяльності суб'єктів ІТР.
28. Охарактеризуйте функції ІТР стосовно складових товарного обігу.
29. Функції окремих складових інфраструктурного комплексу товарного ринку.
30. Місце та роль маркетингових посередників в інфраструктурному комплексі товарного ринку.
31. Показники оцінки стану та розвитку складових ІТР.
32. Показники оцінки обсягів діяльності ІТР та їх визначення.
33. Охарактеризуйте маркетингову концепцію розвитку суб'єктів ІТР.
34. Сучасні проблеми розвитку ІТР та шляхи їх вирішення.
35. Господарсько-торговельна діяльність - основа економічної діяльності
36. суб'єктів ІТР.
37. Оптова торгівля - основа складова господарсько-торговельної діяльності.
38. Охарактеризуйте склад суб'єктів оптової торгівлі.
39. Основні завдання оптової торгівлі в сфері торгового обігу.
40. Характеристика функцій оптової торгівлі стосовно товаровиробників (постачальників).
41. Взаємодія оптової торгівлі з роздрібними торговцями і організованими покупцями.
42. Особливості оптової торгівлі товарами виробничо-технічного призначення.
43. Класифікаційні ознаки та форми оптової торгівлі.
44. Головні чинники, що впливають на вибір форми оптової торгівлі.
45. Диференціація видів оптової торгівлі.
46. Сутність інтегрального показника обсягу оптової торгівлі.
47. Характеристика відносних показників оптової торгівлі.
48. Сутність та значення товарних запасів в оптовій торгівлі.
49. Показники оцінки стану та структури товарних запасів в оптовій торгівлі.
50. Головні ознаки підприємства оптової торгівлі.
51. Класифікація підприємств оптової торгівлі.
52. Функції підприємств оптової торгівлі по обслуговуванню товарного обігу.
53. Склад робіт оптового підприємства за видами діяльності.
54. Методи визначення потреби та попиту наявних та потенційних покупців.
55. Методи визначення величини товарного запасу.
56. Система управління товарними запасами.
57. Технологічний процес складського оброблювання товарів.
58. Алгоритм здійснення оптової закупівлі товарів.
59. Методи визначення загального обсягу закупівлі товарів та партії замовлення.
60. Критерії вибору партнерів товаровиробників (постачальників).

61. Організація приймання товарів за кількістю і якістю.
62. Маркетингові рішення в процесі оптового продажу товарів.
63. Організація оптового продажу товарів.
64. Методи оптового продажу товарів.
65. Сутність та види послуг підприємств оптової торгівлі.
66. Методи визначення складу та обсягу виробничо-технічних послуг.
67. Чинники розвитку транспортно-експедиторських послуг.
68. Методи визначення цін на виробничо-технічні та транспортно-експедиторські послуги
69. Характеристика фінансових показників діяльності підприємств оптової торгівлі.
70. Сутність первісної ціни товару (собівартість) та порядок її визначення.
71. Витрати підприємства оптової торгівлі: склад та класифікація.
72. Стратегічна модель прибутку оптового підприємства.
73. Зміст та види торговельно-посередницької діяльності на товарному ринку.
74. Види торговельних посередників та відмінності їхньої діяльності від оптових торговельних підприємств.
75. Торговельно-посередницькі структури та особливості їхньої діяльності.
76. Правове забезпечення торговельно-посередницької діяльності.
77. Комісійна торгівля як форма внутрішньої торговельно-посередницької діяльності.
78. Види та особливості консигнаційної торгівлі.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВИНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ № 2

1. Сутність посередницької діяльності та її види.
2. Типи посередників та їх функції.
3. Організаційно-правові форми торговельно-посередницьких структур.
4. Зобов'язання та права посередників.
5. Мотивація та винагорода посередників.
6. Зміст монопольної агентської угоди.
7. Посередники з переважним правом (правом "першої руки").
8. Умови співробітництва простих посередників..
9. Сутність та значення інформаційної діяльності в сучасній ринковій економіці.
10. Зміст організаційно-комерційної діяльності.
11. Особливості продуктів інформаційної та організаційно-комерційної діяльності.
12. Види інформаційних послуг.
13. Бази даних, як підґрунтя інформаційної діяльності.
14. Характеристика основних суб'єктів організаційно-комерційної діяльності.
15. Подібність та відмінність оптових ярмарків та виставок (виставок-ярмарків).
16. Умови надання та порядок оплати організаційно-комерційних послуг.
17. Методичні підходи до оцінки ефективності інформаційних та організаційно-комерційних послуг.

18. Роздрібна торгівля як провідний вид ринкових процесів та форма господарсько-торговельної діяльності.
19. Ознаки роздрібної торгівлі.
20. Форми роздрібної торгівлі.
21. Головні функції роздрібної торгівлі.
22. Послуги роздрібних магазинів.
23. Класифікація ознаки та типологія магазинів роздрібної торгівлі.
24. Організаційно-правові форми суб'єктів роздрібної торгівлі.
25. Основні вимоги до організації та оформлення підприємств роздрібної торгівлі.
26. Маркетингові рішення в роздрібній торгівлі. Стратегічні моделі управління ресурсами та прибутковістю підприємств роздрібної торгівлі.
27. Права споживачів та їх законодавчий захист.
28. Зобов'язання роздрібної торгівлі щодо інформаційного забезпечення споживачів.
29. Нормативно-правове регулювання роздрібної торгівлі.
30. Зобов'язання роздрібної торгівлі щодо контролю якості товарів їх нормативно-правове забезпечення.
31. Визначення біржової торгівлі та товарної біржі.
32. Функції товарної біржі, як форми організованого оптового ринку.
33. Організаційно-комерційні функції товарної біржі.
34. Види бірж та класифікація товарних бірж.
35. Принципи діяльності товарної біржі. Права товарних бірж.
36. Правові засади створення та організації діяльності товарних бірж.
37. Організаційна структура товарної біржі.
38. Права та обов'язки членів товарної біржі.
39. Організація процесу біржової торгівлі.
40. Форми та методи проведення біржових торгів.
41. Зміст біржової угоди та види біржових угод.
42. Порівняльна характеристика форвардних та ф'ючерсних контрактів.
43. Брокерська діяльність на товарній біржі.
44. Організаційно-документальне оформлення брокерської діяльності.
45. Визначення та економічне значення лізингу.
46. Переваги та види лізингу порівняно з банківським фінансуванням інвестицій.
47. Суб'єкти, об'єкти та предмет лізингової діяльності.
48. Класифікаційна характеристика видів та форм лізингу.
49. Фінансовий лізинг - визначення та особливості.
50. Чистий та "мокрий" лізинг - переваги та умови застосування.
51. Зміст та послідовність укладання лізингової угоди.
52. Організація виконання лізингової угоди.
53. Нормативно-правове забезпечення прав та обов'язків лізингодавця.
54. Права та обов'язки лізингоодержувача.
55. Правове регулювання міжнародного лізингу.
56. Зміст та призначення лізингових платежів.

57. Класифікація лізингових платежів.
58. Методика розрахунку окремих складових лізингового платежу.
59. Економічне обґрунтування та оцінка доцільності лізингової операції.
60. Визначення продажу, його форм та методів.
61. Персональний продаж - складова маркетингового комплексу комунікацій.
62. Особливості персонального продажу на ринку товарів виробничо-технічного призначення.
63. Зміст окремих етапів управління персональним продажем.
64. Зміст та послідовність операцій персонального продажу.
65. Завдання торговельних агентів по здійсненню операцій персонального продажу.
66. Організація та проведення презентацій та демонстрацій товару.
67. Правила поведінки торговельного представника (агента) при спілкуванні з клієнтами в процесі продажу.
68. Зміст роботи торговельного агента по супроводу угоди.
69. Основні принципи роботи торговельного агента (представника).
70. Прийоми подолання цінового бар'єру та усунення заперечень в процесі персонального продажу.
71. Визначення та зміст багаторівневого маркетингу як сучасного засобу просування товару.
72. Взаємозв'язок персонального продажу з розвитком інформаційних технологій та Інтернет.

6. Рекомендована література

1. Белявцев М.І. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посібник для студ. вищих навч. закладів/ М.І. Белевцев, Л.В. Шестопалова - К.: Центр навчальної літератури, 2005.-416 с.
2. Господарський кодекс України. – Х.: ТОВ «Одіссей», 2003 – 248с.
- 3.
4. Савощенко А. С. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник./ А. С. Савощенко - К.: КНЕУ, 2005. - 340 с.
5. Сорока І.В. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник/ Під ред..ІВ. Сорока.- К.: НМЦВО МО і Н України, НВФ «Студцентр», 2002.-608 с
6. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник / О.М. Шканова. - К.:МАУП, 2004. -254с.
7. Бобров В.Я. Основи ринкової економіки і підприємництва / В.Я. Бобров. К., Вища шк., 2003.
8. Виноградська А. М. Комерційне підприємство : сучасний стан, стратегії розвитку Монографія / А. М. Виноградська К:Центр навч. літ-ри, 2004 - 807с.
9. Дудяк Р.П. "Організація біржової діяльності: основи теорії і практикум": Навчальний посібник - 2-ге видання / Р.П. Дудяк - Львів: Новий Світ - 2000: Магнолія плюс, 2003.

10. Єрмошенко М.І. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навчальний посібник / М.І. Єрмошенко. -К.: НАУ, 2003.
11. Жук М.В. Комерційні відносини України: Підручник для студ. вищих навч. Закладів / М.В. Жук-Чернівці: Рута, 2003.-576 с
12. Закон України "Про Антимонопольний комітет України" // Відомості Верховної Ради України 1993, №50, ст.472
13. Закон України "Про товарну біржу" від 10.12.91 (зі змінами та доповненнями від 15.05.2003).
14. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про лізинг» № 1381-IV від 12.11.2003. - // Урядовий курер, 16.01.2004 №8.
15. Закон України від 22.05.97 р. № 283/97-ВР: Про оподаткування прибутку підприємств.
16. Закон України від 7 лютого 1991 року: Про власність: // Закон України. — Т. 1.—К., 1996— с 173.
17. Законодавство України про інформацію (за станом на 1 березня 1999 р.). - К.: Парламентське вид-во, 1999. - 168с.
18. Цивільний кодекс України. Офіційне видання . – К.: Атіка, 2003. – 416с.
19. Кушнір Т.Б. Економіка і організація біржової торгівлі: Навч. посібник./ Т.Б. Кушнір -Х.: Консул, 2003.-216 с
20. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник.- 2- ге вид., доп. і перероб. / Т.І. Лук'янець.- К.: КНЕУ, 2003.- 524 с
21. Наказ Державної митної служби України "Про затвердження Порядку застосування митного режиму тимчасового ввезення (вивезення) N 173 від 28.03.2000.
22. Обротько Б.А. Менеджмент посередницької та біржової діяльності: Навчальний посібник / Б.А. Обротько. - К.: МАУП, 2003 - 264
23. Організація торгівлі: підр / І. П. Міщук, В. М. Ребицький; ред В. В. Апопій, 2-е вид К. центр навч літ-ри , 2005 - 616с
24. Примак. Т.О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку: Навч. посіб./ Т.О. Примак. - К: МАУП, 2003.-с 65-68.
25. Солодкий М. О. Біржовий ринок: Навч. посібник / М. О. Солодкий . - К.: Джерела, 2001. -336 с
26. Цивільний кодекс України: Офіційне видання. – К.: АТИКА, 2003. – 416с.
27. <http://amc.gov.ua/> (Антимонопольний комітет України)
28. <http://www.bl.uk/>
29. <http://www.businessvoc.ru/>
30. <http://www.customs.gov.ua> (Державна митна служба України)
31. <http://www.dssu.gov.ua> (Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики)
32. <http://www.glossary.ru/>
33. <http://www.kmu.gov.ua/> (урядовий портал)
34. <http://www.rada.gov.ua> (Верховна рада України)
35. The Balanced Scorecard Institute, <http://www.balancedscorecard.org/>

7. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Навчально-інформаційний портал ТДАТУ <http://nip.tsatu.edu.ua>
2. Наукова бібліотека ТДАТУ <http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/>
3. Сайт кафедри маркетингу <http://feb.tsatu.edu.ua/faculty/department-of-marketing/>
4. Internet.