МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС
з навчальної дисципліни
«ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ»
http://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=1407

Викладач (і)	к.е.н., доц. Куліш Тетяна Володимирівна http://feb.tsatu.edu.ua/teacher/kulish-tetyana-volodimirivna/
Кількість кредитів	5
Загальна кількість годин	150

Загальний опис навчальної дисципліни

Анотація курсу. Дисципліна «Інфраструктура товарного ринку» спрямована на формування у здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти загальних та фахових компетентностей щодо економічної діяльності суб'єктів інфраструктурного комплексу товарного ринку та забезпечення ефективного товарного обігу. Дисципліна зоорієнтована на вивчення таких питань, як: сутність та значення інфраструктури товарного ринку в ринковій економіці, елементи ІТР, маркетингові концепції розвитку ІТР, характеристики основних видів оптової торгівлі. Студенти в результаті вивчення дисципліни повинні 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.

Метою дисципліни є надання 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 дисципліни полягає у формуванні у студентів стійких знань 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; оволодінні вмінням та навичками самостійного визначення та застосування методів раціональної організації та планування діяльності інфраструктурного комплексу.

Результати навчання (компетентності)

Компетентності, які студент набуде в результаті вивчення дисципліни

Спеціальність	Загальні компетентності (ЗК)	Спеціальні (фахові) компетентності (ФК)	Результати навчання (РН)
075 «Маркетинг»	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	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.	РН1. Демонструвати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння принципів побудови та розвитку його теорії. РН4 Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН5 Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. РН6 Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. РН7Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію РН8 Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. 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. РН15 Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей

			громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості РН18 Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. 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. РН7Використовувати 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 й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

Орієнтовний перелік тем лекцій

1. Сутність, завдання та проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку
2. Макроорганізація оптової торгівлі
3. Підприємства оптової торгівлі
4. Послуги підприємств оптової торгівлі
5. Торгово-підприємницька діяльність на товарному ринку

6. Комерційне посередництво на товарному ринку
7. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність
8. Роздрібна торгівля
9. Товарні біржі
10. Брокерська діяльність
11. Лізинг.
12. Економічні основи лізингу
13. Персональний продаж

Орієнтовний перелік тем практичних занять

1. Сутність, завдання та проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку
2. Макроорганізація оптової торгівлі
3. Підприємства оптової торгівлі
4. Послуги підприємств оптової торгівлі
5. Торгово-підприємницька діяльність на товарному ринку
6. Комерційне посередництво на товарному ринку
7. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність
8. Роздрібна торгівля
9. Товарні біржі
10. Брокерська діяльність
11. Лізинг.
12. Економічні основи лізингу
13. Персональний продаж

Політика курсу

✓ Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За пропуски занять без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані під час консультацій або на Освітньому порталі університеті.

✓ Через об'єктивні причини (наприклад, карантин, хвороба, участь у конференції, науковому проекті, міжнародному стажуванні) навчання може відбуватись в on-line формі на Освітньому порталі ТДАТУ з використанням системи Moodle або за посередництва інших інформаційно-комунікаційних платформ чи технологій за погодженням із викладачем курсу.

✓ Списування під час виконання контрольних заходів, диференційованого заліку та екзамену заборонені, зокрема із використанням мобільних гаджетів, комунікаційних засобів тощо.

✓ Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

✓ Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися академічної етики: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність, дбайливо ставитись до обладнання та книжкового фонду ТДАТУ, виконувати графік освітнього процесу.

Рекомендована література

1. Бєлявцев М.І. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посібник для студ. вищих навч. закладів/ М.І. Бєлєвцев, Л.В. Шестопалова - К.: Центр навчальної літератури, 2005.-416 с.
2. Савощенко А. С. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник./ А. С. Савощенко - К.: КНЕУ, 2005. - 340 с.
3. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник / О.М. Шканова. - К.:МАУП, 2004. -254с.
4. Виноградська А. М. Комерційне підприємство : сучасний стан, стратегії розвитку Монографія / А. М. Виноградська К:Центр навч. літ-ри, 2004 - 807с.
5. Єрмошенко М.І. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навчальний посібник / М.І. Єрмошенко. -К.: НАУ, 2003.
6. Жук М.В. Комерційні відносини України: Підручник для студ. вищих навч. Закладів / М.В. Жук-Чернівці: Рута, 2003.-576 с
7. Цивільний кодекс України. Офіційне видання . – К.: Атіка, 2003. – 416с.

Гарант освітньої програми _____ **Куліш Т.В.**

(підпис)