

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

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
науково-методичною комісією  
факультету економіки та управління  
ВНУ імені Лесі Українки  
Протокол № 7 від 11.01.2022 р.

**СИЛАБУС**  
**нормативної навчальної дисципліни**  
**ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ**  
*підготовки бакалавра*  
*галузі знань 07 Управління та адміністрування*  
*спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність*  
*освітньо-професійної програми Підприємництво, торгівля та*  
*біржова діяльність*

**Силабус навчальної дисципліни ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ** підготовки бакалавра галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, за освітньо-професійною програмою Підприємництво, торгівля та біржова діяльність.

**Розробник:** Данилюк Т.І., доцент кафедри підприємництва і маркетингу, кандидат економічних наук

**Силабус погоджено:**  
гарант ОПП Підприємництво,



торгівля та біржова діяльність

Світлана БОРТНІК

**Силабус навчальної дисципліни затверджено на засіданні кафедри підприємництва і маркетингу**  
протокол № 7 від 28.12.2021 р.

Завідувач кафедри



Костянтин ПАВЛОВ

## I. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Денна форма навчання	07 «Управління та адміністрування»  076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  Бакалавр	<b>Вибіркова</b>
Кількість годин/кредитів ECTS 180/6		Рік навчання 2
		Семестр 4-ий
ІНДЗ: <u>немає</u>		Лекції 50 год.
		Практичні (семінарські) 52 год. Лабораторні 0 год. Індивідуальні 0 год.
		Самостійна робота 68 год.
	Консультації 10 год.	
	Форма контролю: залік	

## II. ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

**ІІІ:** Данилюк Тетяна Іллівна.

**Науковий ступінь:** кандидат економічних наук

**Вчене звання:** доцент

**Посада:** доцент кафедри підприємництва та маркетингу

**Мобільний телефон:** 0997395837

**E-mail:** [Danyluk.Tatiana@vnu.edu.ua](mailto:Danyluk.Tatiana@vnu.edu.ua)

**Електронний розклад:** <http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

## III. ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

**1. Анотація курсу.** Дисципліна «Інфраструктура товарного ринку» передбачена для підготовки бакалавра галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за освітньою програмою «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». У сучасних умовах у житті нашої держави актуальним є формування у студентів пізнання сучасного економічного мислення, глибокого комплексного розуміння проблем інфраструктурної діяльності підприємства.

**2. Мета курсу:** визначення сукупності взаємопов'язаних та взаємодіючих організацій, систем, необхідних і достатніх для ефективної організації та обслуговування товарного ринку, методів дослідження та управління товарообігом. **Завдання курсу:** вивчення спектру державних і приватних установ та організацій для ефективного здійснення організації та обслуговування товарного ринку.

### 3. Результати навчання (компетентності).

#### *Загальні компетентності*

ЗК-1. Здатність до фундаментального аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів. Вміння виявляти, аналізувати і структурувати проблеми підприємства і розробляти рішення.

ЗК-3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 7. Здатність працювати в команді.

ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК 10. Здатність діяти відповідально та свідомо.

ЗК 11. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

#### **Фахові компетентності**

ФК-1. Критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

ФК-3. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.

ФК-5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.

ФК-7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

ФК-12. Здатність використовувати знання, уміння й навички в галузі теорії й практики економіки підприємства та підприємницької діяльності.

ФК-17. Здатність аналізувати існуючі і передбачати майбутні економічні процеси в підприємницькій, торгівельній та біржовій сфері.

ФК-22. Здатність визначати напрями розвитку підприємства, здійснювати пошук засобів їх реалізації. Здатність прийняття ефективних управлінських рішень з організації біржових операцій.

ФК-23. Здатність організовувати вивчення та прогнозування потреб на товари та послуги.

#### **Програмні результати навчання**

ПРН-9. Уміти організовувати колективну працю з досягнення цілей підприємства. Застосовувати методи контролю та критерії оцінювання результативності діяльності підприємства.

ПРН-11. Забезпечувати встановлення ефективних контактів з діловими партнерами. Самостійно здійснювати пошук та аналіз різноманітних джерел інформації для прийняття управлінських рішень.

ПРН-12. Здатність визначати організаційну та економічну структури підприємства, статус його виробничих підрозділів.

ПРН-16. Здатність вивчати, аналізувати та оцінювати наявний на ринку асортимент товарів, перелік послуг, виробників та ступінь забезпечення прав споживачів у їх діяльності.

ПРН-17. Здатність створювати систему комунікацій по просуванню товарів і послуг, формувати імідж підприємства.

#### **4. Структура навчальної дисципліни.**

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	*Форма контролю/ Бали
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетингу туризму</b>						
Тема 1. Суть і характеристика товарного ринку	17	4	4	8	1	усне опитування. 4 бали
Тема 2. Суть і зміст інфраструктури товарного ринку	21	4	6	10	1	усне опитування. 4 бали
Тема 3. Торгово-посередницька діяльність	23	6	6	10	1	усне опитування, ситуаційні

на товарному ринку						завдання. 4 бали
Тема 4. Організація оптової торгівлі	23	6	6	10	1	
Разом за модулем 1	<b>84</b>	<b>20</b>	<b>22</b>	<b>38</b>	<b>4</b>	max 16 балів
<b>Змістовий модуль 2. Комплекс маркетингу на підприємстві туристичної індустрії</b>						
Тема 5. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність	16	6	4	5	1	усне опитування, ситуаційні завдання. 4 бали
Тема 6. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність	16	6	4	5	1	усне опитування, ситуаційні завдання. 4 бали
Тема 7. Роздрібна торгівля	16	6	4	5	1	усне опитування, ситуаційні завдання. 4 бали
Тема 8. Товарні біржі	16	4	6	5	1	усне опитування, ситуаційні завдання. 4 бали
Тема 9. Лізинг	16	4	6	5	1	усне опитування. 4 бали
Тема 10. Персональний продаж	16	4	6	5	1	
Разом за модулем 2	<b>96</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>6</b>	max 24 бали
<b>Види підсумкових робіт (за потреби, на розсуд викладача, кафедри)</b>						<b>Бал</b>
Модульна контрольна робота						max 60 балів
<b>Всього годин / Балів</b>	<b>180</b>	<b>50</b>	<b>52</b>	<b>68</b>	<b>10</b>	max 100 балів

### 5. Завдання для самостійного опрацювання.

У процесі виконання самостійної роботи студент, використовуючи знання теоретичного матеріалу та набуті прикладні навички за фахом, має продемонструвати здібності до науково-дослідної роботи і вміння творчо мислити та вирішувати актуальні науково-прикладні завдання. Метою самостійної роботи є набуття студентами практичних навичок щодо засвоєння знань з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку, управління діяльністю підприємства в галузі просування, зберігання та продажу товарів і послуг, забезпечення потреб споживачів.

Для виконання роботи студент обирає та опрацьовує теоретичне питання.

Теми самостійної роботи

1. Сутність інфраструктури товарного ринку.
2. Елементи інфраструктури товарного ринку та їх характеристика.
3. Сутність оптової торгівлі та її функції в інфраструктурному комплексі товарного ринку.
4. Види та характеристика послуг оптових підприємств.
5. Роздрібна торговельна мережа та її класифікація.
6. Спеціалізація магазинів.
7. Показники рівня спеціалізації роздрібно-торговельної мережі.
8. Варіанти технологічних планувань торгового залу магазину.
9. Класифікація дрібно-роздрібно-торговельної мережі та основні вимоги до неї.
10. Організація продажу товарів у дрібно-роздрібній торговельній мережі.
11. Поняття торгового асортименту.
12. Широта і глибина асортименту.
13. Чинники, що впливають на торговий асортимент.
14. Показники, що характеризують торговий асортимент.
15. Фондові біржі і їх діяльність.

#### IV. ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо академічної доброчесності.

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені. Студентам потрібно пройти безкоштовний курс академічної доброчесності в університеті <https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/>

Політика щодо дедлайнів та перескладання.

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-1 бал). Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

Оцінювання курсу денної форми навчання

Вид заняття	Аудиторне навантаження			Самостійна робота	Консультації
	Лекції	Практичні заняття	Модульний контроль		
Форма контролю	Відвідування занять	Усне опитування, ситуаційні завдання, розв'язування задач	Тести	Письмова самостійна робота	Онлайн-консультавання
Бал оцінювання	Не оцінюється	30	60	10	0

#### V. ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ

Залік відбувається у формі тестових завдань. Тестові запитання складено відповідно до програми курсу. Максимальна оцінка 60 балів. Залік проводить згідно розкладу.

#### VI. ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

Оцінка в балах	Оцінка	Критерії оцінювання
90 – 100	Зараховано	Студент опрацював цілий курс згідно програми, оперує основними поняттями та вміє їх застосовувати на практиці, здобув компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання високого рівня складності
82 – 89	Зараховано	Студент опрацював цілий курс згідно програми, оперує основними поняттями, проте може застосувати більшість положень на практиці, здобути компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання високого рівня складності з незначними помилками
75 - 81	Зараховано	Студент опановує 80–90 % курсу згідно програми, оперує більшістю основних понять та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання середнього рівня складності
67 -74	Зараховано	Студент опановує 60-70% основного курсу згідно програми, оперує окремими основними поняттями та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання середнього рівня складності з незначними помилками
60 - 66	Зараховано	Студент опановує 60% основного курсу згідно програми, оперує окремими основними поняттями та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, розв'язує завдання середнього рівня складності з допомогою лектора
1 – 59	Незараховано	Студент опановує 60% основного курсу згідно програми, оперує окремими основними поняттями та може їх застосувати на практиці, здобути окремі компетенції, знання та вміння, не розв'язує завдання середнього рівня складності з допомогою лектора

## VII. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

### *Основна*

1. Белявцев М.І., Шестопалова Л.В. Інфраструктура товарного ринку. Київ: центр навчальної літератури, 2015. 416 с.
2. Пасічник В.Г., Акіліна О.В. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2015. 136 с.
3. Тараєвська Л.С., Федішин Н.М., Галюк І.Б. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник. Івано-Франківськ, ІФДТУНГ, 2009. 166 с.
4. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник.. К.: ЦУЛ, 2016. 320 с.

### *Додаткова*

5. Бутенко Н.В. Маркетинг: підруч. К.: Атака, 2016. 300 с.
6. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика: навч.посіб. К.: Вища школа, 2011. 327 с.
7. Інфраструктура товарного ринку. / під ред. д-ра екон. наук, проф. І. В. Сороки. К.: НМЦВО МОіН України ; НВФ «Студцентр», 2002. 608 с.
8. Інфраструктура товарного ринку. Теоретичні засади: підручник. затв. МОНУ для студ. ВНЗ / За ред. Шубіна О.О. К : Знання, 2009. 379 с.
9. Мордвінцева Т.В. Управління маркетинговою діяльністю підприємств в сучасних умовах. *Держава та регіони*. 2011. №3. С. 209– 211.
10. Павленко А.Ф. Маркетинг: [підр.]. К.: КНЕУ, 2010. 600 с.
11. Парсяк В.Н. Маркетинг: навч.посіб. К.: ЗНАННЯ, 2009. 326 с.
12. Пилявець В.М., Озима В.В., Заруба В.П. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник. К.: Аграрна освіта, 2015. 255 с.
13. Прокопенко О.В., Школа В.Ю., Дегтяренко О.О., Махнуша С.М. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 296 с.