

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ВСП «РІВНЕНСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ»

Циклова комісія економічних дисциплін



ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ

освітньо-професійна програма Підприємництво та торгівля
(назва освітньо-професійної програми)

галузь знань 07 Управління та адміністрування
(шифр і назва галузі знань)

спеціальність 076 Підприємництво та торгівля
(шифр і назва спеціальності)

галузь знань D Бізнес, адміністрування та право
(шифр і назва галузі знань)

спеціальність D7 Торгівля
(шифр і назва спеціальності)

спеціалізація _____
(назва спеціалізації)

відділення економічне

Програму навчальної дисципліни «*Інфраструктура товарного ринку*» розроблено на основі освітньо-професійної програми «*Підприємництво та торгівля*», спеціальності 076 «*Підприємництво та торгівля*» галузі знань 07 «*Управління і адміністрування*», затвердженої Вченою радою НУБІП України, протокол від 24 квітня 2024 року №11,

на основі освітньо-професійної програми «*Підприємництво та торгівля*», спеціальності *D7 Торгівля* галузі знань *D Бізнес, адміністрування та право*, затвердженої Вченою радою НУБІП України, протокол від 25 квітня 2025 року №10

Розглянуто і схвалено на засіданні циклової комісії *економічних дисциплін*

Протокол від 29 серпня 2025 року № 1

Голова циклової комісії *економічних дисциплін*

« 29 » серпня 2025 року  Віктор ПОЗНАХОВСЬКИЙ

Погоджено методичною радою ВСП «РФК НУБІП України»

Протокол від «29» серпня 2025 року № 1

«29» серпня 2025 року

Голова



Людмила БАЛДИЧ

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітньо-професійний ступінь	
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D7 Торгівля
Характеристика навчальної дисципліни	
Вид	обов'язкова
Загальна кількість годин	120
Кількість кредитів ECTS	4
Кількість змістових модулів	3
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Курсовий проект (робота)	-
Форма контролю	залік
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання	
Форма навчання	денна
Рік підготовки	другий
Семестр	3
Аудиторні години:	52
Лекційні	24
Практичні	
Семінарські	28
Самостійна робота	68
Кількість тижневих годин для денної форми навчання	3

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета навчальної дисципліни – надання студентами теоретичних знань про теорію розвитку ринкової інфраструктури, зокрема інфраструктури товарного ринку (ІТР), засвоїти практичні вміння та навички управління її діяльністю по розподілу, просуванню, зберіганню та продажу товарів та послуг, забезпеченню як суспільних, так і особистих потреб споживачів.

Програмою дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» передбачено набуття теоретичних знань і практичних навичок з розвитку та організації інфраструктури торгово-посередницької діяльності, організації логістичних систем і каналів просування товарів від виробника до споживача, опанувати основи мерчандайзингу та персонального продажу тощо.

У результаті вивчення студенти повинні **знати**:

- сутність інфраструктури товарного ринку та її роль у ринковій економіці;
- види та умови здійснення ефективної діяльності окремими ланками інфраструктури товарного ринку;
- методи раціональної організації та планування діяльності підприємств та організації інфраструктури товарного ринку;
- систему показників інфраструктури товарного ринку та методи їх формування.

Уміти:

- самостійно виконувати техніко-економічні розрахунки, пов'язані з аналізом та обґрунтуванням ефективного функціонування і розвитку як інфраструктури товарного ринку в цілому, так і її окремих підприємств та організацій;
- укладати договори та угоди;
- розробляти мерчандайзинг-плани стимулювання продажу товарів;
- розраховувати лізингові платежі;
- виявляти резерви і шляхи підвищення ефективності комерційної діяльності підприємства.

Очікувані результати навчання.

Після вивчення дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» у здобувачів освіти формуються такі **компетентності**:

Загальні:

ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість

Фахові:

СК 5. Здатність здійснювати діяльність із дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

СК 7. Здатність застосовувати основи обліку, оподаткування і страхування у підприємницькій та торговельній діяльності.

СК 8. Здатність визначати і задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

СК 11. Здатність аналізувати вплив технологічних факторів та факторів зовнішнього середовища на процес зберігання та виробництва аграрної продукції, яка відповідає вимогам стандартів.

Результати навчання (РН)

РН 3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.

РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва та торгівлі.

РН 5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети.

РН 7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері підприємництва та торгівлі для подальшого використання у практичній діяльності.

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Інфраструктура товарного ринку

1.1 Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку

Інфраструктура товарного ринку як складова економічної теорії. Категорії дисципліни та їх взаємозв'язок з іншими дисциплінами. Завдання та зміст дисципліни.

Особливості державного регулювання товарного ринку.

Загальні основи ринку. Сутність ринку та умови функціонування, Функція ринку.

Ознайомлення з товарним ринком та його характеристика. Сутнісна характеристика товарного ринку.

1.2 Сутність інфраструктури товарного ринку

Інфраструктура товарного ринку та її місце в ринковій економіці. Елементи інфраструктури товарного ринку та їх характеристика. Особливості функціонування інфраструктури аграрного товарного ринку.

Особливості функціонування інфраструктури аграрного товарного ринку.

Організація товарного ринку в системі АПК.

Формування ІТР. Створення прогресивної інфраструктури товарного ринку: товарні біржі, брокерські контори, аукціони, ОПР, ярмарки, фірмові магазини.

1.3 Маркетингові посередники в інфраструктурі товарного ринку

Загальна характеристика економічних відносин, які виникають між партнерами в сфері товарного обігу. Маркетингові посередники як основа інфраструктури товарного ринку. Торгово-посередницька діяльність в ІТР. Види посередників. Рекламні посередники в ІТР. Поняття презентації, семплінгу. Фінансові посередники в ІТР. Консалтинг: поняття, види, переваги. Інжинірингові та реінжинірингові послуги.

Механізм вибору та залучення маркетингових посередників.

Ознайомлення із змістом та структурою різних видів типових договорів. Організація роботи консалтингових посередників. Функції посередників. Організація роботи посередників.

1.4 Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність в ІТР

Сутність та призначення інформаційної діяльності в ІТР. Місце та роль інформаційно-консультаційних та маркетингово-збутових центрів на товарному ринку. Джерела маркетингової інформації та методи її збору. Організаційно-комерційні послуги: сутність, види, надання.

Маркетингова інформація на сучасному етапі.

Види й класифікація інформаційної та організаційно-комерційної діяльності.

Змістовий модуль 2. Маркетингові посередники

2.1 Місце торгівлі в ринковій економіці та міжнародній торгівлі

Торгівля як економічна категорія та її сутність. Державне регулювання торговельної діяльності. Сучасні тенденції розвитку торговельної мережі. Суб'єкти торгівлі та їх характеристика.

2.2 Макроорганізація та підприємства гуртової торгівлі

Економічна сутність, роль і функції гуртової торгівлі в ринковому процесі. Форми та рівні організації гуртової діяльності. Основні види оптових посередників. Загальна характеристика діяльності підприємств гуртової торгівлі. Типи та види оптових підприємств, що функціонують на товарному ринку, їх класифікація та характеристика.

Організація гуртової закупівлі товарів. Гуртовий продаж товарів. Послуги підприємств гуртової торгівлі.

Суть, роль і функції гуртової торгівлі в ринковому процесі.

2.3 Підприємства роздрібною торгівлі

Роздрібна торгівля, сутність і роль. Класифікація підприємств роздрібною торгівлі. Функції роздрібних торгових підприємств. Спеціалізація підприємств роздрібною торгівлі.

Принципи розміщення підприємств роздрібною торгівлі. Функції «прямого» та «зворотного» ходу в роздрібній торгівлі.

Спеціалізація підприємств роздрібною торгівлі. Принципи розміщення підприємств роздрібною торгівлі

2.4 Основи мерчандайзингу

Суть та зміст мерчандайзингу. Застосування технологій мерчандайзингу в виробництві та збуті. Інструменти комунікацій в мерчандайзингу. Комунікаційні засоби просування на місцях продажів.

Спеціалізація підприємств роздрібною торгівлі. Принципи розміщення роздрібною торгівлі. Функції «прямого» та «зворотного» ходу в роздрібній торгівлі.

Розробка мерчандайзинг-плану стимулювання продажу продовольничої групи товарів

Розробка мерчандайзинг-плану стимулювання продажу непродовольничої групи товарів.

Розробка мерчандайзинг-плану стимулювання продажу різних груп товарів.

Завдання: створити фірмовий стиль однієї з торговельних точок на вибір:

1. Міні-маркет (продовольча група);
2. Супермаркет (продовольча група + промислова група);
3. Бутік молодіжного одягу;
4. Власний варіант.

Приблизна схема:

Зовнішній вигляд фасаду магазину та прилеглої території (вітрина, реклама, освітлення, клумби та ін.).

Зовнішній вигляд торгового залу, враховуючи спеціалізацію.

Викладка і представлення одиниці товару в торговому залі (фейсинг).

Пропозиції щодо стимулювання продажу певної групи товарів у торговій точці.

2.5 Організатори гуртового обігу товарі і послуг

Поняття, функції та права товарної біржі. Закон України «Про товарну біржу». Біржове котирування цін (ціна продавця, покупця, біржової угоди, котирувальна). Види біржових угод. Порядок проведення біржових торгів з реальним товаром.

Аукціони: суть, види, порядок проведення. Гуртові продовольчі ринки в комплексі інфраструктури товарного ринку.

2.6 Персональний продаж

Сутність і завдання персонального продажу товарів. Основні етапи ефективного персонального продажу та їх зміст. Вимоги до торгових агентів та їх роботи.

Вимоги до торгових агентів.

Організація роботи торгового агента та методи його продажу.

Змістовий модуль 3. Лізинг і логістика

2.1 Лізинг

Поняття та функції лізингу. Законодавче регулювання лізингу в Україні. Об'єкти та суб'єкти лізингових відносин. Класифікація лізингу та характеристика основних його форм. Операція лізингу та практичні аспекти її здійснення.

Лізингові угоди та їх юридичне оформлення.

Лізингові угоди. Класифікаційна характеристика видів і форм лізингу.

3.2 Логістика – інструмент розвиненої ринкової економіки

Поняття логістики та історичні аспекти її виникнення. Види логістики. Логістична система, логістичні ланцюги та логістична операція. Ефективність функціонування логістичної системи. Сучасні тенденції розвитку логістики.

Логістика складування запасів. Транспортна логістика. Інновації в різних видах логістики.

Логістика як новий напрям організації руху товару в сфері виробництва, обігу, інформації.

Види та основні завдання логістики. Сучасні тенденції розвитку логістики.

4.ОРІЄНТОВНА СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	денна форма				
	усього	у тому числі			
л		п	с	с.р.	
1	2	3	4	5	6
2 курс, I семестр (1 семестр)					
Змістовий модуль 1.					
Тема 1. Інфраструктура товарного ринку: склад і проблеми розвитку, сучасна характеристика	12	2	-	4	6
Тема 2. Сутність інфраструктури товарного ринку	10	2	-	2	6
Тема 3. Маркетингові посередники в інфраструктурі товарного ринку	12	2	-	4	6
Тема 4. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність в ІТР	8	2	-	2	4
Разом за змістовим модулем 1	42	8		12	22
Змістовий модуль 2.					
Тема 5. Місце торгівлі в ринковій економіці, та міжнародна торгівля	6	2	-	-	4
Тема 6 Макроорганізація та підприємства гуртової торгівлі	8	2	-	2	4
Тема 7 Підприємства роздрібно торгівлі	8	2	-	2	4
Тема 8 Основи мерчандайзингу	10	2	-	4	4
Тема 9 Організатори гуртового обігу товарів і послуг	8	2	-	-	6
Тема 10 Персональний продаж	8	2	-	2	4
Разом за змістовим модулем 2	48	12		10	26
Змістовий модуль 3.					
Тема 11 Лізинг	14	2		2	10
Тема 12 Логістика – інструмент розвиненої ринкової економіки	16	2	-	4	10
Разом за змістовим модулем 3.	30	4		6	20
Усього годин	120	24	-	28	68

5. Теми і зміст лекційних, практичних семінарських занять та самостійного вивчення

№ теми	№ заняття	Вид заняття	Назва теми	Кількість годин
			2 курс, I семестр (I семестр)	
			Змістовий модуль 1.	42
1			Інфраструктура товарного ринку:, склад і проблеми розвитку, сучасна характеристика	12
	1	Лекція 1	1.1 Інфраструктура товарного ринку як складова економічної теорії 1.2 Категорії дисципліни та їх взаємо зв'язок з іншими дисциплінами 1.3 Завдання та зміст дисципліни	2
		Самостійне вивчення	Особливості державного регулювання товарного ринку.	6
	2	Семінарське заняття 1	Загальні основи ринку. Сутність ринку та умови функціонування. Функції ринку.	2
	3	Семінарське заняття 2	Ознайомлення з товарним ринком та його характеристика Сутнісна характеристика товарного ринку	2
2			Сутність інфраструктури товарного ринку	10
	4	Лекція 2	2.1 Інфраструктура товарного ринку та її місце в ринковій економіці 2.2 Елементи інфраструктури товарного ринку та їх характеристика 2.3 Особливості функціонування інфраструктури аграрного товарного ринку	2
		Самостійне вивчення	Особливості функціонування інфраструктури аграрного товарного ринку	6
	5	Семінарське заняття №3	Організація товарного ринку в системі АПК. Формування ІТР. Створення прогресивної інфраструктури товарного ринку: товарні біржі, брокерські контори, аукціони, ОПР, ярмарки, фірмові магазини.	2
3			Маркетингові посередники в інфраструктурі товарного ринку	12
	6	Лекція 3	3.1 Загальна характеристика економічних відносин, які виникають між партнерами в сфері товарного обігу 3.2. Маркетингові посередники як основа інфраструктури товарного ринку 3.3.Торгово-посередницька діяльність в інфраструктурі торгового ринку. Види посередників. 3.4.Рекламні посередники в інфраструктурі товарного ринку 3.5.Фінансові посередники в інфраструктурі товарного ринку	2

			3.6.Консалтинг: поняття, види, переваги. Інжинірингові та реінжинірингові послуги	
		Самостійне вивчення	Механізм вибору та залучення маркетингових посередників	6
	7	Семінарське заняття №4	Ознайомлення із змістом та структурою різних видів типових договорів.	2
	8	Семінарське заняття №5	Організація роботи консалтингових посередників. Функції посередників. Організація роботи посередників.	2
4			Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність в ІТР	8
	9	Лекція 4	4.1 Сутність та призначення інформаційної діяльності в ІТР 4.2 Місце та роль інформаційно- консультативних та маркетингово- збутових центрів на товарному ринку 4.3 Джерела маркетингової інформації та методи її збору. Організаційно-комерційні послуги: сутність, види, надання	2
		Самостійне вивчення	Маркетингової інформація на сучасному етапі.	4
	10	Семінарське заняття №6	Види й класифікація інформаційної та організаційно-комерційної діяльності	2
			Змістовий модуль 2.	48
5			Місце торгівлі в ринковій економіці та міжнародна торгівля	6
	11	Лекція 5	5.1. Торгівля як економічна категорія та її сутність 5.2. Державне регулювання торгівельної діяльності 5.3. Сучасні тенденції розвитку торгівельної мережі	2
		Самостійне вивчення	Суб'єкти торгівлі та їх характеристика.	4
6			Макроорганізація та підприємства гуртової торгівлі	8
	12	Лекція 6	6.1.Економічна сутність, роль і функції гуртової торгівлі в ринковому процесі 6.2.Форми та рівні організації гуртової діяльності 6.3.Основні види гуртових посередників. 6.4.Загальна характеристика діяльності підприємств гуртової торгівлі. 6.5.Типи та види гуртових підприємств, що функціонують на товарному ринку, їх класифікація та характеристика.	2
		Самостійне вивчення	Організація гуртової закупівлі товарів. Гуртовий продаж товарів. Послуги підприємств гуртової торгівлі	4
	13	Семінарське заняття №7	Суть, роль і функції гуртової торгівлі в ринковому процесі.	2
7			Підприємства роздрібно торгівлі	8
	14	Лекція 7	7.1. Роздрібна торгівля, сутність і роль 7.2. Класифікація підприємств роздрібно торгівлі 7.3. Функції роздрібних торгових підприємств 7.4. Спеціалізація підприємств роздрібно торгівлі	2
		Самостійне вивчення	Принципи розміщення підприємств роздрібно Торгівлі.Функції «прямого» та «зворотного» ходу в	4

			роздрібній торгівлі	
	15	Семінарське заняття №8	Спеціалізація підприємств роздрібною торгівлі. Принципи розміщення підприємств роздрібною торгівлі	2
9			Основи мерчандайзингу	10
	16	Лекція 8	8.1.Суть та зміст мерчандайзингу 8.2.Застосування технологій мерчандайзингу в виробництві та збуті. 8.3.Інструменти комунікацій в мерчандайзингу 8.4.Комунікаційні засоби просування на місцях продажів	2
		Самостійне вивчення	Спеціалізація підприємств роздрібною торгівлі. Принципи розміщення роздрібною торгівлі. Функції «прямого» та «зворотного» ходу в роздрібній торгівлі.	4
	17	Семінарське заняття №9	Розробка мерчандайзинг-плану стимулювання продажу продовольничої групи товарів	2
	18	Семінарське заняття №10	Розробка мерчандайзинг-плану стимулювання продажу непродовольничої групи товарів.	2
10			Організатори гуртового обігу товарів і послуг	8
	19	Лекція 9	9.1.Поняття, функції та права товарної біржі. Закон України «Про товарну біржу» 9.2.Біржове котирування цін (ціна продавця, покупця, біржової угоди, котирувальна) 9.3.Види біржових угод 9.4.Порядок проведення біржових торгів з реальним товаром	2
		Самостійне вивчення	Аукціони: суть, види, порядок проведення. Оптові продовольчі ринки в комплексі ІТР	6
11			Персональний продаж	8
	20	Лекція 10	10.1.Сутність і завдання персонального продажу товарів. 10.2.Основні етапи ефективного персонального продажу та їх зміст. 10.3.Вимоги до торгових агентів та їх роботи	2
		Самостійне вивчення	Вимоги до торгових агентів	4
	21	Семінарське заняття №11	Організація роботи торгового агента та методи його продажу	2
			Змістовий модуль 3.	30
11			Лізинг	14
	22	Лекція 11	11.1 Поняття та функції лізингу. 11.2 Законодавче регулювання лізингу в Україні 11.3 Об'єкти та суб'єкти лізингових відносин. 11.4 Класифікація лізингу та характеристика основних його форм. 11.5 Операція лізингу та практичні аспекти її здійснення.	2
		Самостійне вивчення	Лізингові угоди та їх юридичне оформлення	10
	23	Семінарське	Лізингові угоди. Класифікаційна характеристика	2

		заняття №12	видів і форм лізингу	
12			Логістика- інструмент розвинутої ринкової економіки	16
	24	Лекція 12	12.1.Поняття логістики та історичні аспекти її виникнення. 12.2.Види логістики 12.3.Логістична система, логістичні ланцюги та логістична операція. 12.4.Ефективність функціонування логістичної системи 12.5 Сучасні тенденції розвитку логістики	2
		Самостійне вивчення	Логістика скаладування, запасів.Транспортна логістика. Інновації в різних видах логістики	10
	25	Семінарське заняття №13	Логістика як новий напрям організації руху товару в сфері виробництва, обігу, інформації	2
	26	Семінарське заняття №14	Види та основні завдання логістики. Сучасні тенденції розвитку логістики	2
			Всього	120

6.Перелік питань на залік :

1. Характеристика оптових ярмарків.
2. Поняття «мерчандайзинг».
3. Види оптових посередників.
4. Економічні відносини між партнерами у сфері товарного обігу.
5. Непрямі елементи ІТР.
6. Складові «мерчандайзингу».
7. Поняття і сутність логістики.
8. Види підприємств роздрібною торгівлі.
9. Функції торгівлі.
10. Матеріальні потоки у логістиці.
11. Види логістичних систем .
12. Непрямі елементи ІТР.
13. Маркетингові посередники , їх види.
14. Поняття «ІТР».
15. Категорії дисципліни.
16. Поняття товарної біржі.
17. Види торгівельних підприємств залежно від форм власності.
18. Посередники гуртової торгівлі.
19. Види торгівельних підприємств залежно від форм власності.
20. Посередники гуртової торгівлі.
21. Вимоги до торгових агентів.
22. Характеристика оптових ярмарків.
23. Головні постачальники інформаційних послуг.
24. Сутність лізингу.
25. Поняття консалтингу.
26. Ознаки класифікації підприємств роздрібною торгівлі.
27. Поняття «фірмовий стиль».
28. Активні елементи ІТР
29. Класифікаційні ознаки ринків.
30. Біржове котирування цін.
31. Види лізингу.
32. Передпродажна підготовка товару.
33. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність.
34. Транспортно-експедиційні послуги.
35. Транспортна логістика.
36. Типи та види оптових підприємств.
37. Маркетингові посередники.
38. Логістичні ланцюги.

39. Лізингові угоди.
40. Агроторгівельні дома та фірмові магазини.
41. Викладка товару у магазині.
42. Поняття роздрібної торгівлі.
43. Сутність логістичних систем.
44. Суть і місце гуртової торгівлі в ринковому процесі.
45. Хеджування . Механізм здійснення страхування від цінового ризику.
46. Рекламні посередники.
47. Поняття логістичного каналу.
48. Характеристика оптово-продовольчого ринку.
49. Цілі персонального продажу.
50. Лізингові угоди .
51. Характеристика непрямих елементів товарного ринку.
52. Функції торгівлі.
53. Поняття «семплінгу та презентації».
54. Поняття торгівлі, її види .
55. Поняття «логістика».
56. Методи регулювання ринку.
57. Торгові агенти ,їх характеристика.
58. Сутність лізингу.
59. Маркетингові посередники як основа ІТР.
60. Товарна біржа, поняття «ф'ючерсні операції».

7. Методи навчання

Під час вивчення дисципліни «*Інфраструктура товарного ринку*» у навчальному процесі застосовуються такі методи навчання: розповідь, бесіда, лекція, пояснення, демонстрація, ілюстрація, навчальна дискусія, диспут, самостійне виконання практичних завдань.

8. Контроль результатів навчання

8.1. Форми та засоби поточного і підсумкового контролю

Контроль знань здобувачів освіти здійснюється за модульно-рейтинговою системою.

Засобами діагностики та методами демонстрування результатів навчання здобувачів освіти з дисципліни є:

- індивідуальне опитування, фронтальне опитування;
- модульні контрольні роботи у формі тестування;
- презентація дослідження торгових марок;
- студентські презентації та вступи на семінарських заняттях;
- директорська контрольна робота;

- залік.

Зміст курсу дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» поділений на 4 змістових модулів. Кожний модуль включає в себе лекції, практичні, семінарські заняття та самостійну роботу студентів і завершуються рейтинговим контролем рівня засвоєння знань програмного матеріалу відповідної частини курсу.

Після завершення відповідно змістового модуля проводяться *модульні контрольні роботи (МК)*. До модульної контрольної роботи допускаються студенти, які опрацювали весь обсяг теоретичного матеріалу в т. ч і матеріал самостійно, виконали практичні (лабораторні, графічні, розрахункові) роботи, відпрацювали семінарські заняття.

Рейтингову кількість балів студента формують бали, отримані за модульні контрольні роботи, які проводяться у формі тестування, та середній рейтинг виконання практичних (лабораторні, графічні, розрахункові) робіт і відпрацювання семінарських занять.

Участь студентів в контрольних заходах обов'язкова. МК проводиться у письмовій тестовій формі, тестові завдання обов'язково включають матеріал, який передбачено до самостійного опрацювання студентами. Студент, який не виконав вимоги щодо самостійної роботи чи будь якого іншого виду навчальної діяльності, не допускається до складання МК і даний модуль йому не зараховується.

Семестрові бали (семестровий рейтинг) студент отримує як середнє арифметичне балів змістових модулів з усіх тем п'ятьох змістових модулів:

Оцінка навчальної успішності студентів здійснюється під час семестрового оцінювання у формі екзамену, який передбачає виконання тестових завдань та вирішення практичного завдання.

8.2. Критерії оцінювання результатів навчання

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи, директорської контрольної роботи, усних і письмових відповідей на питання, виконання практичних (лабораторних занять), доповідей на семінарських заняттях, (виконання курсових робіт) – від 0 до 50 балів:

- глибоке, теоретично обґрунтоване розкриття питання; розрахунки, зроблені без помилок, проведено повний аналіз, відображена власна позиція – **48-50 балів**;
- обґрунтоване розкриття питання чи/та розрахунки, зроблені з незначними неточностями, які істотно не впливають на правильність відповіді – **45-47 балів**;
- відповідь не дає повного розкриття питання, не проведено повний аналіз результатів розрахунків, немає власної позиції – **42-44 балів**;
- неповне розкриття питання, доведені до завершення розрахунки але не зроблено їх аналіз; загалом наявні достатні знання – **38-41 балів**;
- питання розкрито фрагментарно, наявні фактологічні помилки під час викладу чи/та помилки під час проведення розрахунків – **34-37 балів**;
- відповідь неповна, наявні суттєві помилки при викладі та проведенні розрахунків – **30-33 балів**;

- відповідь має значні помилки елементарного рівня – **1-30 балів**;
- відсутність відповіді на питання – **0 балів**.

	Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Разом, %
%	33,0	33,0	34,0	100
Мінімум	0	0	0	0
Максимум	50	50	50	50

8.3. Шкала оцінювання

Шкала відповідності балів рейтингу орієнтовним показникам критеріїв оцінювання у відсотках правильних відповідей, заліковим та екзаменаційним оцінкам відповідно до модульно-рейтингової системи навчання та 12-бальній шкалі на підставі критеріїв оцінювання навчальних досягнень учнів (вихованців) у системі загальної середньої освіти

Відсоток правильних відповідей	Рейтинг за п'ятидесятибальною шкалою	Оцінка за п'ятибальною шкалою	Запис у заліковій книжці студента та відомості	Оцінка за дванадцятибальною шкалою
97-100	49-50	5	відмінно	12
93-96	47-48	5	відмінно	11
90-92	45-46	5	відмінно	10
85-89	43-44	4	добре	9
80-84	40,41,42	4	добре	8
75-79	38,39	4	добре	7
69-74	35,36,37	3	задовільно	6
65-68	33-34	3	задовільно	5
60-64	30,31,32	3	задовільно	4
менше 60	0-29	2	незадовільно	2

9. Методичне забезпечення

1. Витяг з навчального плану
2. Навчальна (типова) програма
3. Робоча навчальна програма
4. Плани занять
5. Конспект лекцій з дисципліни

6. Інструкційно-методичні матеріали до семінарських занять
7. Інструкційно-методичні матеріали до самостійної роботи
8. Питання до заліків з модулів
9. Контрольні завдання до заліків з модулів
10. Навчальний посібник
11. Роздавальний матеріал
12. Презентації до тем

10. Рекомендовані джерела інформації

1. Основні

2. Про товарну біржу : Закон України від 10.12.1991 р. № 1956, із змінами та доповненнями <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1956-12>
3. Про фінансовий лізинг : Закон України від 16.12.1997 № 723/97-ВР <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/723/97-Вр>
4. СНД “Модельний закон про лізинг” від 14.04.2005 р. <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/997 а37>
5. Про особливості сільськогосподарської техніки і обладнання на умовах фінансового лізингу : Постанова Кабінету Міністрів України від 20.05.2009 р, № 500. <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3692-vi>
6. Акімова Л., Клименко В., Докієнко Л. Фінансовий ринок. Київ: Кіаран Волш. Ключові показники менеджменту. 100+ фінансових коефіцієнтів для ефективного управління компанією. *Наш Формат*. 2023. 432 с.
7. Центр учбової літератури. 2024. 358 с.
8. Кутліна І., Завальнюк К. Маркетингові дослідження. Київ: Центр навчальної літератури. 2022. 103 с.
9. Пилявець В.М. Інфраструктура товарного ринку. Навчальний посібник. 2-ге видання, доповне і перероблене. Київ: Каравела, 2024. 220 с.
10. Сохацька О.М., Панасюк В.М., Роговська-Іщук І.В., Вінницький С.І. Фундаментальний та технічний аналізи міжнародних ринків. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 309 с.
11. Тараєвська Л.С. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2020. 107 с.
12. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник / О.М. Шканова. К.: ЦУЛ, 2016. 320 с.

Допоміжна

1. Белкін І.В. Використання сучасних технологій маркетингу у сфері ринку освітніх послуг. *Актуальні питання в сучасній науці*. 2023. № 2 (8). С. 22-33.

DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2\(8\)-22-33](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2(8)-22-33)

2. Белкін І.В. Естетика та дизайн товарів в умовах сьогодення. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 11 (39). С. 764–776. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-11\(39\)-764-776](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-11(39)-764-776)
3. Белкін І.В. Маркетинговий аналіз конкурентного середовища сільськогосподарського підприємства. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 5 (33). С. 685–695. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-5\(33\)-685-](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-5(33)-685-)
4. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.
5. Офіційний веб-сайт Української Асоціації Маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uam.in.ua/>

11. Інформаційні ресурси

1. Верховна Рада України <https://www.rada.gov.ua/>
3. Кабінет міністрів України <https://www.kmu.gov.ua/ua>
4. Законодавство України <https://zakon.rada.gov.ua>
5. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільськогосподарства України <http://www.me.gov.ua>
6. Державна служба з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів <http://www.consumer.gov.ua>
7. Український бізнес-портал <https://ukrbiz.info/ua/>
8. Державна служба статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Інтернет-портал Газети Бізнес <http://www.business.kiev.ua>
10. Економічна та фінансова література
 - а) <http://readbook.com.ua>
 - б) <http://studentbook.com.ua>
 - в) <http://www.vuzlib.net>
 - г) <http://buklib.net>

