



Міністерство освіти і науки України

ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

Навчально-науковий інститут бізнесу та інформаційних технологій  
Кафедра менеджменту і маркетингу

## СИЛАБУС освітнього компонента ОК39

### ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ

Освітній рівень	перший (бакалаврський)	
Програма навчання	обов'язкова	
Галузь знань	07	Управління та адміністрування
Спеціальність	075	Маркетинг
Освітня програма		
Обсяг дисципліни	4.0 кредити ECTS (120 академічних годин)	
Види аудиторних занять	лекції, практичні заняття	
Індивідуальні та (або) групові завдання	РГР	
Форми семестрового контролю	РГР, залік	

#### Викладачі:

Ажаман І.А., д.е.н., професор кафедри менеджменту і маркетингу,  
iryna.azhaman@ogasa.org.ua

Осетян Оксана Миколаївна, старший викладач менеджменту і маркетингу,  
o-x-a-n-a@ogasa.org.ua

В процесі вивчення даної дисципліни у студентів формуються навички та вміння визначати та описувати характеристики організації, аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища, застосовувати знання у практичних ситуаціях.

**Передумовами для вивчення дисципліни є** набуття теоретичних знань та практичних навичок за такими дисциплінами: «Маркетинг», «Менеджмент».

#### Програмні результати навчання:

**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.

**РН8.** Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

**РН19.** Використовувати методи економічного аналізу та економіко-математичного моделювання для дослідження стану та прогнозування розвитку суб'єктів господарювання

**РН20.** Аналізувати вплив факторів макро- та мікрооточення на діяльність підприємств та організацій галузі будівництва.

#### **Диференційовані результати навчання:**

##### **знати:**

- основні поняття та наукові основи дисципліни;
- закономірності та принципи функціонування товарного ринку.

##### **володіти:**

- методами аналізу проблем інфраструктури товарного ринку;
- методами організації інфраструктури товарного ринку.

##### **вміти:**

- користуватися нормативною базою, що регулює товарний ринок;
- формувати відносини суб'єкта господарювання з інфраструктурними посередниками ринку.

### **ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН**

№п/п	Назва тем	Кількість годин			
		лекції	практичні	лабораторні	самостійна
1	Поняття інфраструктури товарного ринку	2	2		6
2	Функції інфраструктури товарного ринку: регулююча, розподільча, контролююча та стимулююча	4	2		6
3	Принципи і особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку	4	2		6
4	Торгівельно-посередницька діяльність на товарному ринку	2	2		5
5	Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність	4	2		6
6	Підприємства оптової торгівлі. Види підприємств оптової торгівлі	4	2		6
7	Роздрібна торгівля як елемент організованого товарного ринку	4	2		6
8	Контролюючі функції інфраструктури. Система захисту прав споживачів. Система захисту конкуренції на товарному ринку	2	4		5
9	Персональний продаж	2	2		6
10	Лізинг	2	2		6
11	Законодавче регулювання діяльності товарному ринку	2	2		6
	<b>Всього</b>	<b>32</b>	<b>24</b>		<b>64</b>

#### **Критерії оцінювання та засоби діагностики**

Мінімальний та максимальний рівень оцінювання щодо отримання «заліку» за навчальною дисципліною «Інфраструктура товарного ринку» складає 60 та 100 балів відповідно і може бути досягнений наступними засобами оцінювання:

Засоби оцінювання		Мінімальна кількість балів	Максимальна кількість балів	
Вид контролю	Кількість у семестрі			
Поточний контроль знань:		36	60	
в т.ч.: - контрольна робота		12	20	
- усне опитування або письмовий експрес-контроль на практичних заняттях та лекціях;		24	40	
- виступ (доповідь) студентів при обговоренні питань на практичних заняттях;				1
- тестування;				2
- реферат;				1
- участь у конференціях;				1
- підготовка та видання наукових публікацій (тези, статті);		1		
Підсумковий (семестровий) контроль знань - залік		24	40	
<b>Разом</b>		<b>60</b>	<b>100</b>	

З дисципліни передбачено виконання **розрахунково-графічної роботи**.

Зміст РГР пов'язаний із закріпленням теоретичних питань програми дисципліни «Інфраструктура товарного ринку», містить у собі теоретичні аспекти та практичні навички.

РГР перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями. Списування під час РГР та тестування заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).

**Підсумковий контроль знань** проводиться у вигляді заліку.

### **Інформаційне забезпечення**

#### Основна література

1. Інфраструктура товарного ринку. Теоретичні засади: Підручник. затв. МОНУ для студ. ВНЗ / За ред. Шубіна О.О. – К :Знання, 2015. – 379 с.
2. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник / О.М. Шканова. – К : МАУП, 2014. – 180 с.

#### Допоміжні джерела інформації

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс: Пер. з англ. Навч. посібник. - М.: Видав. дім «Вільямс», 2001.- 608с.
2. Белявцев М.І. Інфраструктуратоварного ринку: Навч. посібник для студ. вищихнавч. закладів/ М.І. Белевцев, Л.В. Шестопалова - К.: Центр навчальної літератури, 2005.- 416 с.
3. Виноградська А. М. Комерційне підприємство : сучасний стан, стратегії розвитку Монографія / А. М. Виноградська К: Центр навч. літ-ри, 2004 - 807с.
4. Ягодка А.Г. Соціальна інфраструктура і політика : Навчальний посібник. Рекомендовано Міністерством освіти і науки України / А.Г. Ягодка. – Київ : КНЕУ, 2000. – 212 с.