

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ  
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ТА  
МАРКЕТИНГУ



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
**ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ**

**ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ:**

*Рівень вищої освіти* – перший (бакаларський) рівень

*Ступінь вищої освіти* – бакалавр

*Галузь знань* – 07 «Управління та адміністрування»

*Спеціальність* – 075 «Маркетинг»

*Освітньо-професійна програма* – Маркетинг

*Кількість кредитів* – 5

*Рік підготовки* – 4, семестр – 7

*Компонент освітньо-професійної програми* – обов'язкова, професійна

*Дні занять* – відповідно до розкладу занять у ЛНУП

*Консультації* – онлайн і офлайн згідно графіку консультацій кафедри

*Мова викладання* – українська

## **ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА:**

**Хірівський Роман Петрович**

**Кандидат економічних наук, доцент**

**Контактна інформація** ел.пошта: [RomanKhirivskiy@i.ua](mailto:RomanKhirivskiy@i.ua),

телефон: +380971224437

Викладач з 13-річним досвідом, автор та співавтор понад 70 наукових та навчально-методичних публікацій, з яких: 5 опубліковано у виданнях, що індексуються у наукометричних базах Web of science та Scopus.

**Читає курси:** «Міжнародні митні регулятори», «Міжнародні організації», «Інфраструктура товарного ринку», «Екологічний менеджмент та маркетинг».

**Наукові інтереси:** Формування та управління ресурсним потенціалом територіальних громад України, брендинг території як інструмент соціально-економічного розвитку територіальних громад.

**Анотація до курсу.** Навчальна дисципліна «Інфраструктура товарного ринку» є обов'язковою навчальною дисципліною, що належить до циклу професійної підготовки за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальністю 075 «Маркетинг» галузь знань 07 «Управління та адміністрування», яка викладається для бакалаврів в 7 семестрі в обсязі 5 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).

**Підсумковий контроль** – іспит.

**Обсяг курсу** – 56 годин аудиторних занять, з них 28 годин лекцій, 28 годин практичних і семінарських занять та 94 години самостійної роботи.

**Пререквізити курсу** – Теоретичною базою вивчення дисципліни є попередні навчальні дисципліни: «Економічна теорія», «Управління розподілом та продажами», «Маркетингові дослідження та маркетинговий аналіз» та «Маркетингова цінова та товарна політика».

**Мета та цілі курсу.** Метою дисципліни є забезпечення студентів базовими знаннями щодо формування й оцінки функціонування елементів інфраструктури товарного ринку та формування вміння використовувати набуті знання у практичній діяльності. Дисципліна спрямована на розвиток практичних навичок розв'язання маркетингових завдань у сфері формування й оцінки функціонування елементів інфраструктури товарного ринку; формування здатності здійснювати творчий пошук напрямів й резервів удосконалення елементів інфраструктуру товарного ринку.

**Формат курсу** – Очний. Проведення лекцій, практичних робіт, консультацій тощо.

# **КОМПЕТЕНТНОСТІ, ЯКИХ НАБУВАЄ СТУДЕНТ ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ ВІДПОВІДНО ДО ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ**

## **Загальні компетентності (ЗК)**

- ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
- ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

## **Фахові компетентності (ФК)**

- СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
- СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
- СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
- СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
- СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
- СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
- СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.
- СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

## **Програмні результати навчання відповідно до освітньо-професійної (ПРН)**

- Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

## СТРУКТУРА КУРСУ

Години (лек./сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
<b>Змістовний модуль 1</b>			
2/2	Тема 1. Сутнісна характеристика товарного ринку.	Ознайомитись із поняттям ринку, розглянути його економічний зміст. Дослідити еволюцію ринкових відносин. Знати основні компоненти моделі товарного ринку. Дослідити зміст ринкового ціноутворення та його методи. Визначити види ринкових процесів на товарному ринку.	Тести Питання Завдання Реферати
2/2	Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку.	Розглянути характеристику основних елементів інфраструктури товарного ринку. Ознайомитись із класифікацією та основними елементами інфраструктури товарного ринку, дослідити їх взаємодію. Порівняти особливості формування та розвитку інфраструктури товарного ринку України та економічно розвинених держав світу.	Тести Питання Завдання Реферати
2/2	Тема 3. Принципи і особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку	Ознайомитись із сутністю, призначенням та видами маркетингових посередників. Навчитись обґрунтовувати рішення щодо вибору посередників. Дослідити особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку.	Тести Питання Завдання Реферати
2/2	Тема 4. Макроорганізація оптової торгівлі.	Розглянути економічну сутність, роль та функції оптової торгівлі. Дослідити класифікацію форм організації оптової торгівлі. Ознайомитись із особливостями оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією.	Тести Питання Завдання Реферати
2/2	Тема 5. Підприємства оптової торгівлі.	Ознайомитись із місцем оптової торгівлі в ринковому процесі. Розглянути організаційно-правові форми підприємств оптової торгівлі. Проаналізувати завдання та функції підприємств оптової торгівлі на товарному ринку. Дослідити класифікацію послуг оптової торгівлі.	Тести Питання Завдання Реферати
2/2	Тема 6. Організація торговельно-посередницької діяльності на товарному ринку.	Дослідити принципи організації та ознаки торговельно-посередницької діяльності на товарному ринку. Ознайомитись із формами організації посередницької діяльності. Розглянути загальну класифікацію збутових мереж та каналів розподілу. Проаналізувати основні етапи формування, критерії вибору та аналіз ефективності каналів розподілу.	Тести Питання Завдання Реферати
4/4	Тема 7. Роздрібна торгівля.	Ознайомитись із сутністю, завданням та видами роздрібною торгівлі як елементу	Тести Питання

		організованого товарного ринку. Проаналізувати особливості роздрібно торгівлі в ринкових умовах. Розглянути функції, форми та методи роздрібно торгівлі. Дослідити чинники, що відрізняють роздрібну торгівлю від інших видів торговельного підприємництва. Опанувати класифікацію підприємств роздрібно торгівлі на основі особливостей функціонування та залежно від пропонованих товарів.	Завдання Реферати
2/2	Тема 8. Логістичний потенціал товарного ринку.	Ознайомитись із детальною характеристикою транспортно-експедиційної діяльності, в т.ч. - видами транспортно-експедиторських послуг. Оцінити роль транспорту, як категорії матеріального виробництва, у процесі товарообігу. Проаналізувати функції транспорту на товарному ринку. Визначити шляхи оптимізації витрат, пов'язаних із транспортуванням. Визначити роль і функції складів у процесі товароруку. Розглянути класифікацію складів залежно від типів споруд.	Тести Питання Завдання Реферати
2/2	Тема 9. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність.	Ознайомитись із сутністю та призначенням інформаційної діяльності в сучасній ринковій економіці. Розглянути зміст та основні види інформаційних та організаційно-комерційних послуг та досвід їх застосування у економічно розвинених державах світу. Ознайомитись із типологією підприємств, що надають інформаційні послуги, зокрема – маркетингових центрів.	Тести Питання Завдання Реферати
4/4	Тема 10. Організатори оптового обігу товарів та послуг.	Розглянути процес еволюції організованих товарних ринків. Дослідити роль функціонування організованих товарних ринків у ринковій економіці. Ознайомитись із видами організованих товарних ринків. Розглянути види та функції товарних бірж, організацію процесу біржової торгівлі, стан та перспективи розвитку біржової торгівлі в Україні.	Тести Питання Завдання Реферати
2/2	Тема 11. Персональний продаж.	Ознайомитись із сутністю, формами і завданнями персонального продажу товарів. Оцінити доцільність використання персонального продажу суб'єктами товарного ринку. Розглянути основні етапи ефективного персонального продажу та їх зміст. Визначити особливості стимулювання та мотивації діяльності персональних продавців. Ознайомитись із	Тести Питання Завдання Реферати

		процесом залучення, відбору і організації роботи торгових агентів для здійснення персональних продажів товарів. Дослідити нові форми продажу товарів і послуг.	
2/2	Тема 12. Лізинг.	Розглянути визначення, правові аспекти та економічне значення лізингу. Ознайомитись із класифікаційною характеристикою видів та форм лізингу. Вивчити механізм розрахунку лізингових платежів. Розглянути методологію оцінки ефективності застосування лізингових операцій. Дослідити взаємодію учасників угод в процесі здійснення лізингових операцій.	Тести Питання Завдання Реферати

### **Теми індивідуальних завдань**

Тема 1. Організація посередницької діяльності фірми комісійної (консигнаційної) торгівлі.

Тема 2. Закупівля товарів і формування комерційних зв'язків роздрібних торгових підприємств на споживчому ринку.

Тема 3. Організація процесу продажу товарів та інфраструктури сервісу обслуговування покупців у сфері роздрібно торгівлі.

Тема 4. Організація транспортно-експедиційної діяльності у сфері товарного обігу.

Тема 5. Організація транспортно-експедиційного обслуговування підприємств та організацій.

Тема 6. Організація виробничої діяльності в сфері обігу.

Тема 7. Організація інформаційної та організаційно-комерційної діяльності в сфері обігу.

Тема 8. Організація торгово-посередницької діяльності на прикладі торгового дому (оптового магазину, оптової фірми або оптової бази).

Тема 9. Особливості комерційної діяльності в оптовій торгівлі.

Тема 10. Організація ярмаркової діяльності в регіоні.

Тема 11. Організація аукціонної торгівлі.

Тема 12. Особливості комерційної діяльності в роздрібній торгівлі.

Тема 13. Організація оптової торгівлі незалежними посередниками (дистриб'юторами або дилерами).

Тема 14. Організація торгівлі на оптових продовольчих ринках.

Тема 15. Організація та ефективність продажів товарів зі складів оптового підприємства.

Тема 16. Управління товарними запасами на оптовому підприємстві (фірмі).

Тема 17. Організація системи закупівельної діяльності на оптовому торговельному підприємстві.

Тема 18. Формування комерційних зв'язків в оптовій торгівлі.

Тема 19. Управління асортиментом товарів на оптовому (роздрібному) підприємстві (фірмі).

Тема 20. Аналіз комерційної діяльності лізингової компанії.

Тема 21. Організація персональних продажів товарів торговими агентами.

Тема 22. Організація мерчандайзингу в роздрібній торгівлі.

Тема 23. Організація посередницької діяльності в агентській фірмі.

Тема 24. Організація торгового сервісу в сфері роздрібно торгівлі та його вплив на результати комерційної діяльності підприємства.

Тема 25. Організація розвитку електронної торгівлі в Україні (або на прикладі торгового підприємства).

### АКАДЕМІЧНА ПОЛІТИКА КУРСУ

**Політика щодо перескладання.** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-15 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, звільнення, лікарняний).

**Політика щодо відвідування.** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, звільнення з поважних причин) студенти, які пропустили заняття, відпрацьовують їх у додатковий час згідно графіка відпрацювання пропущених занять.

**Політика щодо академічної доброчесності.** Списування під час контрольних робіт заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань під час заняття.

**Методи контролю.** Для діагностики результатів навчання використовується поточне опитування, тестування, розв'язання задач; письмові тести та задачі за змістовими модулями (розв'язування навчальних, ситуаційних та тестових завдань, кейсів), командні проекти; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; студентські презентації та виступи на наукових заходах. Контроль за рівнем засвоєння навчальної дисципліни передбачає використання таких його видів і методів.

Вид контролю	Метод контролю
Поточний контроль	Виконання тестових завдань
Модульний контроль	Виконання контрольних робіт
Підсумковий контроль	Презентація і захист наукових аналітичних робіт, рефератів, дайджестів Виконання і захист індивідуальних робіт Іспит

### Шкала оцінювання студентів за кредитно-модульною системою

За шкалою ECTS	Залікові оцінки		За шкалою в балах
	Екзамен	Залік	
A	відмінно	Зараховано	90-100
B	добре		82-89
C			74-81
D			64-73
E	60-63		
FX	не задовільно	Не зараховано	35-59
F		1-34	

FX – означає “незадовільно” – необхідно виконати певну додаткову роботу для успішного складання;

F – означає “незадовільно” - необхідна значна подальша робота.

### МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

Виконання практичних та семінарських занять, питання для самоконтролю, практичні та ситуаційні завдання, перелік тематичних питань і порядок виконання самостійної роботи студентами відображені у методичних рекомендаціях:

1. Хірівський Р.П. Інфраструктура товарного ринку: методичні рекомендації до виконання практичних завдань та самостійної підготовки для студентів ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» – Дубляни : Львівський національний університет природокористування, 2022. – 36 с.

### ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Белявцев М.І., Шестопалова Л.В. Інфраструктура товарного ринку : навч. посіб. / М.І. Белявцев, Л.В. Шестопалова. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 416 с.

2. Інфраструктура товарного ринку: непродуктові товари: підручник / За ред. О.О. Шубіна. - К.: Знання, 2009. - 702 с.

3. Карпов В., Шевченко-Перепьолкіна Р., Горбаченко С. Аналіз та прогнозування ринкової кон'юнктури: навч. посіб. Видавництво «Кондор», 2019. 320 с.

4. Клевцевич Н. А., Сментина Н. В. Управління інфраструктурними проектами: Навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор». 2017. 170 с.

5. Лозова Т.П. Логістичний потенціал товарного ринку: природа та властивості. Вісник Хмельницького національного університету. 2019. №2. С. 168-172.

6. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гончаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О. Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. - Рівне: НУВГП, 2014. - 444 с.

7. Пасічник В.Г., Акіліна О.В. Інфраструктура товарного ринку:



Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2015. 136 с

8. Продуктивність торговельної діяльності споживчої кооперації регіону: сучасні тенденції та напрями вдосконалення / Л. С. Веретін, І. Г. Брітченко // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. - 2013. - Вип. 19, № 3. - С. 72-81.

9. Прокопенко О. В. Інфраструктура товарного ринку : навч. посіб. / О. В. Прокопенко та [ін.]. – Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 296с.

10. Савощенко А. С. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник./ А. С. Савощенко - К.: КНЕУ, 2005. - 340 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.