



Донецький державний
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Інфраструктура товарного ринку

КАФЕДРА

маркетингу

РОЗРОБНИК

Гапочка Юлія Петрівна

викладач

hapochka.yu@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

5

кредити ЄКТС
(90 годин)

42

годин контактна робота з викладачем
(14 годин лекцій;
28 годин семінарських занять)

108

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

перший

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

українська

ФОРМА КОНТРОЛЮ

залік

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- вибіркова для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг»

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

вивчення дисципліни базується на успішному опануванні знань, в першу чергу, таких дисциплін, як «Маркетинг», «Економіка підприємства», «Технологія продажів», «Маркетингова політика розподілу», «Маркетингові дослідження», «Прийняття управлінських рішень у маркетингу» та інших дисциплін, що безпосередньо формують компетенції фахівця відповідної спеціальності, цілеспрямованої роботи над вивченням спеціальної літератури.

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

засвоєння методичних основ інфраструктурної забезпеченості економіки, а також складових частин інфраструктурного комплексу товарного ринку.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Інфраструктура товарного ринку як організаційно-економічна система

Тема 1. Теоретичні основи інфраструктури товарного ринку.

Тема 2. Сутнісна характеристика товарного ринку.

Тема 3. Принципи і особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку.

Тема 4. Основні напрямки і принципи діяльності підприємств оптової торгівлі.

Модуль 2. Елементи інфраструктури товарного ринку та принципи організації їх діяльності

Тема 5. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність на товарному ринку.

Тема 6. Торгово-посередницька діяльність на товарному ринку.

Тема 7. Принципи організації та основні напрямки маркетингової діяльності в роздрібній торгівлі.

Тема 8. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність.

Тема 9. Персональний продаж.

Тема 10. Лізинг.



Донецький державний університет управління

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів;
- застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;
- демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 50 балів.
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 16 балів;
- Виконання творчо-пошукового завдання – ~ 26 балів
- Виконання індивідуальних завдань – ~ 8 балів

Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:

Шкала оцінювання ЄКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Зараховано	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками		$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків		$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Не зараховано	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



Донецький державний університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Основна література:

1. Пилявець В.М., Озима В.В., Заруба В.П. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник. К. : Аграрна освіта, 2015. 255 с.
2. Савощенко А.С. Інфраструктура товарного ринку: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2014. 336 с.
3. Шубін О.О., Азарян О.М. Інфраструктура товарного ринку: підручник. 2-е вид. К. : НМЦВО МОИ України: Студцентр, 2013. 816 с.
4. Ястремская, Е.Н., Райко Д.В. Інфраструктура товарного ринка: учеб.пособ. Харків : ИНЖЕК, 2012. 216 с.

Англомовні видання:

1. Philip Kotler. Kotler On Marketing: How To Create, Win, and Dominate Markets. London. 2010. 643 p.
2. Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, James F. Engel. Consumer Behavior. 10th edition. Thomson south-western. 2007. 943 p.
3. Philip Kotler, Veronika Wong, John Saunders. Principles of Marketing. London. 2007. 1199 p.

Інтернет джерела:

1. Журнал «Теория и практика управления». URL: <http://www.tpu.com.ua>
2. Маркетинг для ефективного просування на ринку товарів і організацій. *Обрій-маркетинг*. URL: <http://www.obriymarketing.kiev.ua>
3. Применение оценки в лизинге оборудования. URL: <http://www.cfin.ru/appraisal/other/leasing.shtml>