

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Економічний факультет

Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Інфраструктура товарного ринку

Освітня програма Маркетинг

Спеціальність 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 3 від “ 23” листопада 2023 р.

м. Івано-Франківськ – 2023 р.

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Інфраструктура товарного ринку
Викладач (і)	К.е.н., доц. Шурпа Світлана Ярославівна
Контактний телефон викладача	0501304480
E-mail викладача	svitlana.shurpa@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний/заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	d-learn.pnu.edu.ua/developer/course/list
Консультації	Графік консультацій – Кафедра менеджменту і маркетингу (pnu.edu.ua)

2. Анотація до навчальної дисципліни

За сучасних умов економічної глобалізації суспільна прогресивна динаміка стає не так наслідком екстраполяції у часі традиційних переваг і попередніх здобутків, як результатом застосування ефективної моделі поєднання широкого комплексу визначальних динамічних чинників: від промислово-технологічних до соціально-ринкових. Забезпечення конкурентоспроможності й ефективності економіки вимагає принципово нових комплексних підходів до структурної перебудови економіки країни, розв'язання проблем її інфраструктури, зокрема співвідношення між галузями інфраструктури і матеріального виробництва, пропорційності комплексного розвитку їх.

Навчальна дисципліна «Інфраструктура товарного ринку» є вибірковою для студентів бакалаврської програми. Курс передбачає формування знань щодо базових категорій інфраструктури товарного ринку, методологічних аспектів організації товарного ринку в сучасних умовах.

3. Мета та цілі навчальної дисципліни

Мета. Підготовка фахівців з маркетингу, які володіють комплексом сучасних теоретичних і практичних знань, умінь та навичок організації та планування діяльності підприємства на ринку, взаємодії із суб'єктами ринкової інфраструктури та системою показників інфраструктури товарного ринку з метою опанування базових професійних компетенцій щодо виконання техніко-економічних розрахунків, пов'язаних з аналізом та обґрунтуванням ефективного функціонування та розвитку інфраструктури товарного ринку.

Цілі. Здатність розробляти ефективні стратегії завоювання своєї частки на ринку товарної продукції, визначати довгострокову стратегію розвитку підприємства, проводити аналіз, прогнозування, оцінку та контроль діяльності всіх складових ринку споживчих товарів.

4. Програмні компетентності та результати навчання

Програмні компетентності:

ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

- 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.
- ЗК12.** Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- СК5.** Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- СК6.** Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
- СК7.** Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
- СК9.** Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.
- СК11.** Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
- СК12.** Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
- СК13.** Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
- СК14.** Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

- ПРН2.** Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- ПРН5.** Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- ПРН8.** Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- ПРН11.** Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни	
Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	16
семінарські заняття / практичні / лабораторні	14
самостійна робота	60

Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
5	075 Маркетинг	3	вибірковий

Тематика навчальної дисципліни			
Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Сутність товарознавства і його визначення	2	1	6
Тема 2. Класифікація і кодування товарів, асортимент	2	1	6
Тема 3. Якісні і кількісні характеристики товарів	2	2	8
Тема 4. Характеристик товарів в контексті класи, асортимент і дефекти	2	2	8
Тема 5. Контролюючі чинники, які забезпечують якість товарів	2	2	8
Тема 6. Безпека товарів	2	2	8
Тема 7. Товарна інформація	2	2	8
Тема 8. Експертиза товарів	2	2	8
ЗАГ.:	16	14	60

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	<p>Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні та семінарські заняття, а також виконання індивідуального самостійного проекту за обраною базою дослідження. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою.</p> <p>Оцінка студента формується таким чином: Залік (100 балів): 40 балів – усне опитування 10 балів – індивідуальне завдання 20 балів – проміжні тестування 10 балів – контроль самостійної роботи 20 балів – підсумкова контрольна робота</p>
Вимоги до письмових робіт	<p>Письмові (індивідуальні чи творчі завдання) повинні бути підготовлені самостійно. У групі не допускається повторення виду упаковки, які обрані для</p>

	підготовки презентації.
Семінарські заняття	Опитування на семінарських заняття проходить у формі усної відповіді. За семінарські заняття можна накопичити 40 балів зі 100 можливих за семестр.
Умови допуску до підсумкового контролю	Підсумковий контроль – Залік. Предмет вважається зарахованим у разі накопичення 50 і більше балів. Система оцінювання сформована так, щоб студент виконав у певні мірі кожен вид завдань. Бал за завдання можна отримати у дистанційній формі (у разі дії карантинних/військових обмежень (перебуваючи на індивідуальному графіку навчання).
Підсумковий контроль	Підсумковий контроль – Залік. Підсумковий бал виставляється на останньому практичному занятті. Система оцінювання сформована так, щоб студент виконав у певні мірі кожен вид завдань. Бал за завдання можна отримати у дистанційній формі (у разі дії карантинних/військових обмежень (перебуваючи на індивідуальному графіку навчання).

7. Політика навчальної дисципліни

<p>Письмові роботи: Письмові роботи (у т.ч. контрольні, самостійні роботи; індивідуальні, творчі завдання), повинні бути підготовлені самостійно та демонструвати результати власних досягнень студента.</p> <p>Академічна доброчесність: Процес вивчення навчальної дисципліни відповідає принципу академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету: Академічна доброчесність – Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника (pnu.edu.ua)</p> <p>Відвідування занять: Відвідування занять є обов’язковим елементом вивчення дисципліни, за винятком пропусків за поважної причини, що підтверджена відповідним документом. Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується 02-07.27-Положення-про-порядок-організації.pdf (pnu.edu.ua)</p> <p>Неформальна освіта: Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується neformalna-osvita.pdf (pnu.edu.ua)</p>
--

8. Рекомендована література

1. Інфраструктура товарного ринку [Текст] : навч. посібник / Прокопенко О. В., Школа В. Ю., Дегтяренко О. О., Махнуша С. М. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 296 с.
2. Щербань, В. М. Створення товару: маркетингове, конструкторське та технологічне забезпечення: навч. посібник / В. М. Щербань, К. М. Таньков, І. С. Задорожний. – К. : Професіонал, 2007. – 288 с.
3. Інфраструктура товарного ринку : продовольчі товари [Текст] : підручник / за ред. О. О. Шубіна. – К.: Знання, 2009. – 564 с.
4. Белявцев М.І. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посібник для студ. вищих навч. закладів/ М.І. Белевцев, Л.В. Шестопалова - К.: Центр навчальної літератури, 2015.
5. Савощенко А. С. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник. - К.: КНЕУ, 2015.
6. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник. - К.:МАУП, 2014.
7. Стасіневич С. А. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник – К.: ЦП КОМПРИНТ, 2014.87 с
8. Пилявець В.М., Озима В.В., Заруба В.П. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник. К.: Аграрна освіта, 2015. 255 с.
9. Брокерська діяльність: посібник / М.О. Солодкий, Т.Ю. Андросович, В.О. Яворська, Ю.В. Рубан – К.: ЦП Компринт – 2013. – 125 с.
10. Котлер Ф. Маркетинг 3.0: Від продуктів до споживача і далі – до людської душі. Ексмо. 2011. С. 59.
11. Кваско А.В. Потенціал підприємства на основі клієнтоорієнтованого підходу. Інтелект XXI. 2017. № 1–2.С. 69–78. URL: <http://nbuv.gov.ua/j> (дата звернення: 16.10.2019).
12. Кулініч А. Розвиток поняття клієнтоорієнтованості URL: <http://www.kul-blog.com/?p=306> (дата звернення: 16.10.2019).
13. Домуз О. О., Шурпа С. Я. Вплив факторів зовнішнього середовища на розвиток нестандартних форм зайнятості у банківському секторі за сучасних умов / О.О.Домуз, С.Я.Шурпа // Науково-практичний журнал. Ринок праці та зайнятість населення. —4(60)/2019. — С. 5-12.
14. Шурпа С.Я. Перспективи пошуку фінансування для наукових стартапів в Україні / С.Я.Шурпа // Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Серія: Економіка. 2019. – Випуск 14. – С. 157–160.

Викладач
Світлана ШУРПА