

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ**

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ»

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 Управління та адміністрування (D Бізнес, адміністрування і право)
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 Маркетинг (D5 Маркетинг)
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Перший (бакалаврський)
ФАКУЛЬТЕТ	Економічний

Інфраструктура товарного ринку. Робоча програма навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти економічного факультету спеціальності 075 Маркетинг (D5 Маркетинг), перший (бакалаврський) рівень вищої освіти / Укладач: А.О. Шевченко А.О. Біла Церква: БНАУ, 2025. 18 с.

Укладач: канд. екон. наук, доцент Шевченко А.О.

Робочу програму затверджено на засіданні кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності (Протокол № 10 від 06.06.2025р.)

Завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, д. е. н., професор



Лариса САТИР

Гарант ОП «Маркетинг»
к. е. н., доцент



Ірина ГЕРАСИМЕНКО

Схвалено групою зі змісту та якості освіти економічного факультету
(Протокол № 6 від 26. 06.2025р.)

Голова групи зі змісту та якості освіти економічного факультету
д-р екон. наук, професор



Ігор ПАСКА

ЗМІСТ

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ	5
3. КОМПЕТЕНТНОСТІ ВІДПОВІДНО ДО СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 МАРКЕТИНГ (D5 МАРКЕТИНГ)	5
4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	5
5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ»	6
6. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	7
7. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	7
7.1. Лекції	7
7.2. Практичні заняття	10
7.3. Самостійна робота	11
7.4. Орієнтовна тематика індивідуальних та групових завдань	12
8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ	13
9. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ	14
10. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	14
11. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	14
12. ПЕРЕЛІК НАОЧНИХ ТА ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ	16
РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ	16

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Згідно з навчальним планом на 2025–2026 навчальний рік, на вивчення дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для денної форми навчання виділено всього 120 академічних годин (4 кредитів ECTS), у т.ч. аудиторних – 56 годин (лекції – 28, практичні заняття – 28), самостійна робота студентів – 64 годин.

Опис навчальної дисципліни за показниками та формами навчання наведено в таблиці:

Найменування показників	Шифр та найменування галузі знань, спеціальності, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів, відповідних ECTS – 4	Галузь знань 07 Управління та адміністрування (D Бізнес, адміністрування та право)	Обов'язкова	
		Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2	Спеціальність: 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)	2-й	3-й
Індивідуальне навчально-дослідне завдання – аналітичне		Семестр	
Загальна кількість академічних годин – 120		3-й	5-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3,5 самостійної роботи студента – 4		Лекції	
	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти	28 год.	6 год.
		Практичні	
		28 год.	6 год.
		Самостійна робота	
		64 год.	108 год.
		Підсумковий контроль: залік	

Метою вивчення дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» є формування базових знань з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку як найважливішої частини ринкової економіки з метою інтенсифікації і підвищення ефективності цієї сфери, практики управління її діяльністю з просування, зберігання та продажу товарів та послуг, забезпечення потреб споживачів.

2. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Обов'язкова навчальна дисципліна «Інфраструктура товарного ринку» базується на знаннях таких дисципліни як: «Вища математика», «Економічна теорія», «Мікро- та макроекономіка», «Маркетинг».

3. КОМПЕТЕНТНОСТІ ВІДПОВІДНО ДО СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 МАРКЕТИНГ (D5 МАРКЕТИНГ)

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні

технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ»

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи інфраструктури товарного ринку

Тема 1.1. Інфраструктура товарного ринку: сутність, структура та проблеми розвитку

Тема 1.2. Принципи та особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку

Тема 1.3. Підприємства оптової торгівлі

Тема 1.4. Роздрібна торгівля

Тема 1.5. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність на товарному ринку

Змістовий модуль 2. Непрямі елементи інфраструктури

Тема 2.1. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність в інфраструктурі товарного ринку

Тема 2.2. Мерчандайзинг як елемент інфраструктури

Тема 2.3. Персональні продажі як особова комунікація

Тема 2.4. Біржа як елемент інфраструктури товарного ринку

Тема 2.5. Лізинг

6. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістові модулі та теми	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	всього	у тому числі					всього	у тому числі				
		л	п	лб	інд	СРС		л	п	лб	інд	СРС
<i>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи інфраструктури товарного ринку</i>												
Тема 1.1	8	2	2		2	2	10				4	6
Тема 1.2	10	3	3		2	2	12	2			4	6
Тема 1.3	14	3	3		4	4	10		2		4	4
Тема 1.4	14	3	3		4	4	11		1		4	6
Тема 1.5	12	3	3		2	4	11	1			4	6
<i>Разом модуль 1</i>	58	14	14		14	16	64	3	3		24	34
<i>Змістовий модуль 2. Непрямі елементи інфраструктури</i>												
Тема 2.1	14	3	3		4	4	11	1			4	6
Тема 2.2	10	3	3		2	2	16		2		6	8
Тема 2.3	14	3	3		4	4	15		1		6	8
Тема 2.4	14	3	3		4	4	14	2			4	8
Тема 2.5	10	2	2		2	4						
<i>Разом модуль 2</i>	62	14	14		16	18	56	3	3		20	30
Всього годин	120	28	28		30	34	120	6	6		44	64

Примітка: л – лекції, п – практичні заняття, лб – лабораторно-практичні заняття; інд – індивідуальні завдання, СРС – самостійна робота студентів.

7. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

7.1. Лекції

Тема і зміст лекції	К-ть годин
<i>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи інфраструктури товарного ринку</i>	
Тема 1.1. Інфраструктура товарного ринку: сутність, структура та проблеми розвитку. Сучасні визначення інфраструктури та її диференціація. Сутність та значення інфраструктури товарного ринку (ІТР). Класифікація елементів інфраструктури товарного ринку (ІТР). Функції ІТР стосовно складових товарного обігу. Функції окремих складових	2

інфраструктурного комплексу товарного ринку. Особливості продукту економічної діяльності суб'єктів ІТР. Показники оцінки стану та розвитку складових ІТР. Показники оцінки обсягів діяльності ІТР та їх визначення. Маркетингова концепція розвитку суб'єктів ІТР. Сучасні проблеми розвитку ІТР та шлях їх вирішення.	
<p>Тема 1.2. Принципи та особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку.</p> <p>Маркетингові посередники як підґрунтя інфраструктури товарного ринку. Функції та завдання маркетингових посередників на товарному ринку. Типи маркетингових посередників. Класифікація суб'єктів товарного ринку за орієнтацією на збут та маркетинг. Принципи діяльності маркетингових посередників. Планування і контроль маркетингової діяльності. Особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку.</p>	3
<p>Тема 1.3. Підприємства оптової торгівлі.</p> <p>Структурна побудова системи оптової торгівлі на макрорівні. Класифікаційні ознаки та форми оптової торгівлі. Головні чинники, що впливають на вибір форми оптової торгівлі. Диференціація видів оптової торгівлі. Макроекономічні показники оптової торгівлі. Видий організаційно-правові форми підприємств оптової торгівлі. Організація оптової закупівлі товарів. Оптовий продаж товарів. Використання ефективних форм та методів гуртового продажу як найважливіша умова розширення каналів збуту.</p>	3
<p>Тема 1.4. Роздрібна торгівля.</p> <p>Сутність та зміст роздрібною торгівлі. Головні функції роздрібною торгівлі. Форми роздрібною торгівлі. Методи роздрібною торгівлі. Послуги роздрібних магазинів. Класифікаційні ознаки та типологія роздрібних торгових точок. Організаційно-правові форми суб'єктів роздрібною торгівлі. Особливості комплексу маркетингу роздрібною торгівлі. Маркетингові рішення в роздрібною торгівлі. Стратегічні рішення щодо розміщення торгової точки, спеціалізації, співвідношення ціна-якість.</p>	3
<p>Тема 1.5. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність на товарному ринку.</p> <p>Сутність виробних процесів у підприємствах торгівлі. Необхідність та передумови використання виробних процесів у торгівлі. Види виробних процесів у підприємствах торгівлі. Роль і функції складів у процесі товароруку. Основні завдання складського господарства на товарному ринку. Види та класифікація товарних складів. Сутність</p>	3

транспортно-експедиційних операцій. Роль транспорту в процесі товарообігу. Організація перевезень товарів. Методи завою товарів.	
<i>Разом за змістовий модуль 1</i>	14
Змістовий модуль 2. Непрямі елементи інфраструктури	
<p>Тема 2.1. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність в інфраструктурі товарного ринку.</p> <p>Сутність та значення інформаційної діяльності в сучасній ринковій економіці. Особливості продуктів інформаційної. Види інформаційних послуг. Класифікація комерційної інформації. Методи захисту комерційної інформації. Види підприємств, що надають інформаційні послуги. Реклама як вид комерційної інформації. Організаційні форми рекламної діяльності. Зміст організаційно-комерційної діяльності. Особливості продуктів організаційно-комерційної діяльності. Характеристика основних суб'єктів організаційно-комерційної діяльності. Ефективність організаційно-комерційних послуг.</p>	3
<p>Тема 2.2. Мерчандайзинг як елемент інфраструктури.</p> <p>Суть та зміст мерчандайзингу. Особливості застосування технологій мерчандайзингу у виробництві та збуті. Інструменти комунікацій в мерчандайзингу. Комунікаційні засоби просування на місцях продажів. Складові мерчандайзингу. Програми стимулювання споживачів до відвідування торгових закладів та придбання товарів. Обов'язкові елементи програми мерчандайзингу. Іміджева та інформаційна складова мерчандайзингу. Комунікаційні засоби в мерчандайзингу.</p>	3
<p>Тема 2.3. Персональні продажі як особова комунікація.</p> <p>Сутність та особливості персонального продажу. Організаційні форми персонального продажу. Головні складові та етапи процесу персонального продажу. Типи презентацій товару та тактика усунення заперечень покупців. Управління персональним продажем. Торгові представники і вимоги щодо них. Мотивація торгового персоналу та показники оцінки ефективності його діяльності. Багаторівневий (мережевий) маркетинг та його особливості. Нові форми продажу товарів та послуг.</p>	3
<p>Тема 2.4. Біржа як елемент інфраструктури товарного ринку.</p> <p>Біржа, як одна з форм організованого оптового ринку. Угоди на товарній біржі, їх класифікація. Особливості функціонування ф'ючерських контрактів. Хеджування ф'ючерськими контрактами. Опціонні угоди. Специфіка діяльності фондових бірж. Угоди на</p>	3

фондовій біржі. Біржові аукціони. Валютні операції та їх класифікація. Механізм укладання угод з валютою. Види валютного арбітражу.	
Тема 2.5. Лізинг. Сутність, функції та економічне значення лізингу. Суб'єкти, об'єкти та предмет лізингових відносин. Відмінності лізингу та оперативної оренди, банківського кредиту. Форми фінансового лізингу. Сублізинг. Структура та зміст лізингової угоди. Права і зобов'язання лізингодавця та лізингоодержувача. Послідовність здійснення лізингових угод. Законодавче забезпечення лізингу в Україні. Структура лізингових платежів. Фактори, що впливають на розмір лізингових платежів. Економічна ефективність лізингу. Проблеми розвитку лізингу в Україні.	2
<i>Разом за змістовий модуль 2</i>	14
Всього	28

7.2. Практичні заняття

Назва теми	К-ть годин
<i>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи інфраструктури товарного ринку</i>	
Тема 1.1. Побудувати схему інфраструктури товарного ринку підприємства.	2
Тема 1.2. Обґрунтування вибір посередників для просування конкретного товару на ринку. Визначити індекс панелі та ємність ринку.	3
Тема 1.3. Розробити раціональну схему ланковості руху товарів від виробничих підприємств до роздрібно-торговельної мережі.	3
Тема 1.4. Розрахунок показників для визначення доцільності упровадження самообслуговування в магазині.	3
Тема 1.5. Розрахунок впливу транспортних витрат на економічний обсяг замовлення. Розрахунок річного обсягу надходження вантажів на склад.	3
<i>Разом за змістовий модуль 1</i>	14
<i>Змістовий модуль 2. Непрямі елементи інфраструктури</i>	
Тема 2.1. Розрахунок економічної ефективності рекламної кампанії супермаркету. Розрахунок загальних витрат на організацію виставки-ярмарку.	3
Тема 2.2. Розрахунок рівня товарних запасів у днях обороту.	3

Тема 2.3. Планування етапів персонального продажу та розробка тексту звернення торговельного агента до групи покупців і комерційної презентації в рамках переговорів.	3
Тема 2.4. Розрахунок фінансового результату операцій спекулянта з ф'ючерсами.	3
Тема 2.5. Розрахунок теперішньої вартості грошових лізингових платежів. Розрахунок лізингових платежів зі змінним відшкодуванням вартості предмета лізингу.	2
<i>Разом за змістовий модуль 2</i>	14
Всього	28

7.3. Самостійна робота

Назва теми	К-ть годин
<i>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи інфраструктури товарного ринку</i>	
Тема 1.1. Інфраструктура товарного обігу у взаємозв'язку з маркетинговою діяльністю підприємства на товарному ринку.	4
Тема 1.2. Організація роботи консалтингових посередників.	4
Тема 1.3. Значення інформації в системі маркетингу. Інформаційне забезпечення маркетингу.	8
Тема 1.4. Організація комерційної діяльності в сфері торгівлі.	8
Тема 1.5. Види консалтингових послуг.	6
<i>Разом за змістовий модуль 1</i>	30
<i>Змістовий модуль 2. Непрямі елементи інфраструктури</i>	
Тема 2.1. Організація логістичної діяльності на товарному ринку	8
Тема 2.2. Нормативно-правове регулювання роздрібною торгівлі	4
Тема 2.3. Оцінка ефективності комерційної діяльності торгового підприємства та рівня комерційних ризиків	8
Тема 2.4. Організація торгівлі на ярмарках, виставках та аукціонах	8
Тема 2.5. Організаційна структура брокерської контори	6
<i>Разом за змістовий модуль 2</i>	34
Всього	64

Примітка: У розрахунку годин на виконання самостійної роботи передбачено час на виконання індивідуальних завдань.

7.4. Орієнтовна тематика індивідуальних та групових завдань

1. Поняття, економічний зміст і класифікація ринків.
2. Особливості товарного ринку.
3. Форми і методи регулювання товарного ринку.
4. Інфраструктура товарного ринку як організаційно-економічна система.
5. Складові ринкової інфраструктури та їх характеристика.
6. Роль та функції інфраструктури товарного ринку, механізм її регулювання.
7. Показники оцінювання стану та розвитку інфраструктури товарного ринку.
8. Місце маркетингових посередників у системі розподілу продукції.
9. Види посередників та особливості їх роботи на товарному ринку.
10. Обґрунтування рішення щодо вибору посередників.
11. Розкрийте сутність оптової торгівлі. Доцільність її використання.
12. Назвіть функції оптової торгівлі.
13. Назвіть основні характерні риси оптової торгівлі.
14. Назвіть види оптових підприємств.
15. Назвіть форми і методи оптових підприємств.
16. Макроекономічні показники оптової торгівлі.
17. Особливості організації оптового ринку.
18. Оптова торгівля як важлива ланка збутової мережі.
19. Задачі та функції, основні напрямки і принципи діяльності підприємств оптової торгівлі.
20. Показники діяльності підприємств оптової торгівлі.
21. Форми організації посередницької діяльності: законодавчі аспекти роботи посередників на товарному ринку.
22. Види угод та відповідальність сторін при посередницькій діяльності у сфері товарообігу.
23. Поняття та економічна сутність роздрібною торгівлі у системі маркетингу.
24. Нормативно-правові засади діяльності суб'єктів роздрібною торгівлі.
25. Види та основні правила роботи підприємств роздрібною торгівлі.
26. Назвіть функції роздрібною торгівлі.
27. Сутність лізингу як економічної категорії.
28. Основні види лізингових угод і їх специфічні риси
29. Економічні основи лізингових угод.
30. Персональний продаж: форми і особливості.

31. Система розрахункових і нормативних показників аналізу діяльності торгового персоналу.
32. Поняття біржа. Сутність, функції і основні принципи біржі.
33. Історія виникнення біржі
34. Механізм функціонування товарної біржі.
35. Поняття фондової біржі. Короткий світовий огляд фондової діяльності.
36. Українська фондова біржа. Історія виникнення першої фондової біржі на Україні.
37. Товарні біржі на Україні.
38. Хеджери. Види ризиків.
39. Дайте визначення хеджування. Види хеджування
40. Дайте визначення хеджування. Хеджування продажу.
41. Дайте визначення хеджування. Хеджування покупки.
42. Дайте визначення хеджування. Вигоди хеджування.
43. Базисний ризик в хеджуванні.
44. Стратегії хеджування.
45. Недоліки хеджування.
46. Практичні кроки хеджування.
47. Суть і значення лізингових угод.
48. Види лізингу. Фінансовий лізинг.
49. Основні елементи договору фінансового лізингу.
50. Дайте визначення поняттю лізинг. Класифікація лізингу.

8. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Під час лекційного курсу застосовуються слайдові презентації у програмі Microsoft Office Power Point, Canva, дискусійне обговорення проблемних питань. Практичні заняття проводяться у вигляді практикумів із заслуховуванням доповідей та презентацій, розглядом проблемних ситуацій, практичних кейсів, проведенням мозкових атак з використанням даних відомих ритейлерських брендів, офіційних статистичних даних та даних маркетингових досліджень.

Виконання самостійної та індивідуальної роботи передбачає використання дослідницького методу, методу самодіагностики, написання есе, опрацювання додаткових джерел, посилання на які розміщені в системі Moodle та самостійний пошук необхідної інформації в мережі Інтернет. У разі дистанційного і змішаного навчання

використовуються навчальна платформа Moodle Білоцерківського НАУ, онлайн-платформи ZOOM, електронна пошта, мобільні додатки.

9. ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Поточний контроль з предмету «Інфраструктура товарного ринку» включає тематичне оцінювання та модульний контроль. Тематичне оцінювання аудиторної та самостійної роботи студентів здійснюється на основі отриманих ними поточних оцінок за усні та письмові відповіді з предмету, самостійні, практичні та контрольні роботи. Поточний контроль за виконанням ІНДЗ здійснюється відповідно до графіку виконання завдання. Модульний контроль проводиться у формі письмового контролю.

Кількість отриманих балів з кожного виду навчальних робіт за різними формами поточного контролю виставляється студентам в електронний журнал після кожного контрольного заходу. Підсумковий контроль навчальної діяльності студентів здійснюється у формі заліку за результатами поточного контролю (тематичного оцінювання, виконання ІНДЗ та модульного контролю) і не передбачає обов'язкової присутності студентів. Результати заліку оприлюднюються в електронному журналі академічної групи до початку екзаменаційної сесії.

10. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання лекційних занять не передбачено. На лекційних заняттях ведеться облік присутності здобувачів для контролю відвідуваності занять. Оцінку на практичному занятті студент отримує за зроблені доповіді, презентації, активність під час дискусій. Під час модульного контролю засобами оцінювання результатів навчання з дисципліни є письмові контрольні роботи.

11. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання здобувачів освіти здійснюється за результатами поточного (практичні заняття, самостійна робота) та рубіжного (модульного) контролів за десятибальною шкалою – «1», «2», «3», «4» ... «10». 1 бал оцінювання (з заокругленням до цілого числа) відповідає 10 % правильних тверджень у разі усної відповіді, відповідей у тесті, виконаних завдань тощо. Бали з модульного контролю нараховуються за виконання модульної контрольної роботи. Відсутність студента на занятті («нб») у розрахунку середнього арифметичного значення (САЗ)

приймається як «0». У кінці семестру обчислюється САЗ всіх отриманих здобувачем вищої освіти оцінок з наступним переведенням його у бали за формулою:

$$\text{БПК} = \text{САЗ} \times k,$$

де БПК – бали з поточного контролю;

САЗ – середнє арифметичне значення усіх отриманих студентом оцінок;

k – коефіцієнт для певного виду контролю (практичні заняття, самостійна робота – «3», модульний контроль – «1» для форми підсумкового контролю «екзамен» та «4» для форми підсумкового контролю «залік»).

Результати поточного оцінювання здобувача (за 10-бальною шкалою) виставляються в електронний журнал АСУ БНАУ і автоматично переводяться у 100-бальну шкалу відповідно до розподілу балів за окремі види робіт.

Розподіл балів, що присвоюється здобувачам вищої освіти

Максимально можлива к-ть балів, якщо форма підсумкового контролю	Практичні заняття	Самостійна робота	Модульний контроль	Підсумковий контроль	Загальний бал
Залік	30	30	40	-	100

Шкала оцінювання успішності здобувачів вищої освіти

За 100-бальною шкалою	За шкалою ECTS	За національною шкалою	
		іспит	залік
90–100	A	Відмінно	Зараховано
82–89	B	Добре	
75–81	C	Задовільно	
64–74	D		
60–63	E		
35–59	FX	Незадовільно (незараховано) з можливістю повторного складання	
1–34	F	Незадовільно (незараховано) з обов'язковим повторним вивченням	

12. ПЕРЕЛІК НАОЧНИХ ТА ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ

Наочні засоби:

слайдові презентації у програмі Microsoft Office Power Point; нормативна документація; навчально-методичне забезпечення;

Технічні засоби: роутер, мультимедійний проектор BenQ, комп'ютер Intel 500 Gb, країна походження – Україна, монітор TFT 19" Philips, акустична система Microlab.

Комп'ютерний клас: комп'ютери Intel G620 500 Gb, 14 шт., монітори TFT 19" Philips.

Програмне забезпечення: MS Windows, MS Office (Access, Word, Excel, Power Point, MS Project), Firefox, PowerBI, Laragon, Tableau, Figma, CA ERwin Data Model Validator, CA ERwin Process Modeler, CA ERwin Data Modeler, Visio.

Системи дистанційного навчання: Moodle (teach.btsau.net.ua), Zoom, Safe Exam Browser для проведення іспитів.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Інфраструктура товарного ринку. Навчальний посібник. 2-ге видання, доповне і перероблене. Автор: Пилявець В.М. та ін. К. Каравела. 2024. 220 с.

https://caravela.com.ua/index.php?route=product/product&product_id=820

2. Кібік О., Корнілова О., Примаченко І., Кузнецова Л. Ринкова інфраструктура. Ринок юридичних послуг: навч.-метод. посібн. / О. Кібік, О. Корнілова, І. Примаченко, Л. Кузнецова ; Нац. ун-т «Одес. юрид. академія». Одеса: Фенікс. 2023. 100 с. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/handle/11300/26018>.

3. Інфраструктура товарного ринку: конспект лекцій / О.В. Боднарук. Маріуполь: ПДТУ. 2020. 174 с.

4. Приходько Д.О. Основи біржової діяльності підручник / Д.О. Приходько. Х: ФОП Бровін О.В., 2021. 280. URL: https://fmab.khadi.kharkov.ua/fileadmin/F-FUB/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0/ekpredpriyatiy/Publications/Prykhodko_DD1%96%D0%9F%D0%86%D9A.pdf

5. Папахов О.Ю., Логвінова Н.О., Гудімов В. В., Максименков Є.А. (2023). Аутсорсинг транспортно-експедиційних компаній для виконання

запланованих обсягів перевезень. Транспортні системи та технології перевезень, (24), 53–57. URL: <https://doi.org/10.15802/tstt2022/272064>

6. Транспортно-експедиторська діяльність: навчальний посібник. 3-тє вид., перероб. і доп. С.Л. Литвиненко, Т.Ю. Габрієлова, П.О. Яновський, Г.І. Нестеренко. К.: Кондор-Видавництво, 2024. 228 с.

URL: https://knigovo.org.ua/spe_tsa_lna-kniga2357/navchalniyposbniktransportnoekspeditorskadyalnst3tvidannyaavtsslitvinkenokotyugabrelovapoyanovskiygnesterenkovidvokondor-109320?srsltid=AfmBOorK296XxZTsTk07ouChbsrzMtZHuI25NxvIaxrwmte3y8-p0RV

Додаткова література

1. Васюта В., Житник О. Вплив економічних коливань та збройного конфлікту на торговельне підприємництво в Україні. *Галицький економічний вісник*. 2024. <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/77/1098.pdf>

2. Чуприна, О., Аракелова, І., Попова, Ю. Розвиток вітчизняної роздрібної торгівлі: сучасні тенденції та перспективи. *Економіка та суспільство*. №70. 2024. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5367/5310>

3. Франів, І., Кріль, М. (2022). Огляд сучасних тенденцій розвитку спеціалізованої гуртової торгівлі в Україні. *Економіка та суспільство*. №45. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1924/1852>

4. Панасюк В.І. Шевченко А.О. Фурса Т.П. Роль експортно-імпортних операцій у розвитку підприємств торгівлі та підприємництва. Актуальні питання економічних наук. Випуск 13.2025. <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/626/628>

5. Сатир, Л. М., Кепко, В. М., Шевченко, А. О. Стратегії маркетингу інновацій у сфері оптової та роздрібної торгівлі для підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Актуальні питання економічних наук*. № 9. 2025. <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/386/391>

6. Семенець І. В. Задорожна І.В. Шевченко А. О. Інноваційні підходи до аналізу фінансування підприємств через механізми лізингу та біржової торгівлі. *Бізнес-навігатор*. Випуск 3(80). 2025. http://business-navigator.ks.ua/journals/2025/80_2025/83.pdf

7. Зось-Кіур М.В. Сафронська І. М. Шевченко А. О. Дунін М. Є. Управління безпековою складовою маркетингових процесів інноваційно орієнтованих підприємств сфери послуг в умовах активізації зовнішньоекономічної діяльності, діджиталізації та реалізації інфраструктурних проектів. *Ефективна економіка*. 2023. № 9

<https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/2162/2189>

8. Шевченко А.О. Державне регулювання в системі біржової діяльності України // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2023. №7. <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/16897704089496.pdf>

9. Сатир Л.М., Шевченко А.О., Новікова В.В. Аналіз, моделювання та прогнозування фондового ринку як запорука ефективної економіки та аналітики бізнесу. *Ефективна економіка*. 2021. № 8.

<http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9131>

10. Шевченко А.О., Стаднік Л.І., Задорожна Р.П. Бренд менеджмент як маркер ефективності в консалтингових та брокерських послугах. Економіка та держава. 2021. № 9. <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=5018&i=10>

11. Інфраструктура товарного ринку. Методичні вказівки для проведення практичних занять та самостійної роботи студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» (D5 Маркетинг) / Укладачі: Л.М. Сатир, А.О. Шевченко та ін. Біла Церква: БНАУ. 2025. 78 с.

Інформаційні ресурси

1. Дистанційний курс «Інфраструктура товарного ринку. Закревський. MRMK 26010U_DIST» на офіційному сайті дистанційного навчання КНЕУ ім. В. Гетьмана

2. ІНКОТЕРМС 2010. URL: <http://www.incoterms.zed.ua/>

3. Міжнародна торгова організація. URL: <https://iccwbo.org/>

4. Торгово-промислова палата України. URL: <https://ucci.org.ua/>

5. Навчально-інформаційний портал БНАУ Moodle. URL: <https://teach.btsau.net.ua/>