

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**Львівський національний університет
ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького**

Факультет економіки та менеджменту

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова навчально-методичної комісії
спеціальності 073 – «Менеджмент»

 доц. Вовк М.В.
« 25 » серпня 2019 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ІНФРАСТРУКТУРА АГРАРНОГО РИНКУ»

рівень вищої освіти
галузь знань
спеціальність
освітня програма
вид дисципліни

початковий (короткий цикл)
07 – «Управління та адміністрування»
073 – «Менеджмент»
«Маркетинговий менеджмент»
обов'язкова

Львів – 2019 рік

Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура аграрного ринку» для початкового (короткий цикл) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинговий менеджмент» спеціальності 073 – «Менеджмент».

Розробники: доцент кафедри маркетингу Дорош-Кізим М.М.

Робоча програма розглянута та схвалена на засіданні кафедри маркетингу «26» 08 2019 р. (протокол № 1).

Завідувач кафедри маркетингу  Поперечний С. І.

Погоджено навчально-методичною комісією спеціальності 073 – «Менеджмент» «23» сирпня 2019 р. (протокол № 1).

Голова комісії  Вовк М.В.

Затверджено рішенням навчально-методичної ради факультету економіки та менеджменту «27» 08 2019 р. (протокол № 5).

Голова ради  Поперечний С. І.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Всього годин	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів/годин	4,0/120	4,0/120
Усього годин аудиторної роботи	48	18
в т.ч.:		
• лекційні заняття, год.	16	8
• практичні заняття, год.	32	10
• лабораторні заняття, год.	–	–
семінарські заняття, год.	–	–
Усього годин самостійної роботи	72	102
Форма семестрового контролю	залік	

Примітка.

Частка аудиторного навчального часу студента у відсотковому вимірі:

для денної форми навчання – 1:1,5 (48/72)

для заочної форми навчання – 1:5,7 (18/102)

2. ПРЕДМЕТ, МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Предмет, мета вивчення навчальної дисципліни

Постійне оновлення асортименту товарів, збільшення обсягів виробництва та споживання, ускладнення господарських зв'язків із одночасним посиленням конкуренції зумовлюють підвищення ролі інфраструктури у забезпеченні ринкової рівноваги й стабільності аграрного ринку. За умов ринкової економічної системи інфраструктурний комплекс не лише обслуговує суспільне виробництво, а й виконує активні функції з його організації та регулювання.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є закономірності, методи визначення та процеси формування інфраструктури аграрного ринку, а також безпосередня діяльність суб'єктів інфраструктури аграрного ринку щодо забезпечення ефективного функціонування сфери обігу.

Метою вивчення дисципліни є озброєння студентів фаховими знаннями науково-теоретичних основ розвитку інфраструктури аграрного ринку та оволодіння практичним досвідом, накопиченим у сфері організації та обслуговування аграрного ринку, методами дослідження та управління товарообігом, набуття навичок щодо налагодження відносин з різними учасниками аграрного ринку.

2.2. Завдання навчальної дисципліни (ЗК, СК)

Завдання курсу полягає в тому, щоб майбутні фахівці оволоділи основами інфраструктури аграрного ринку та вміли застосовувати набуті знання в своїй теоретичній і практичній роботі.

Основні завдання навчальної дисципліни передбачають здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- формування знань з теорії розвитку інфраструктури аграрного ринку та її ролі в ринковій економіці;
- пошук кращих умов діяльності суб'єктів інфраструктури аграрного ринку;
- оволодіння вміннями та навичками самостійного визначення і застосування методів раціональної організації та планування діяльності інфраструктурного комплексу;
- оволодіння термінологією інфраструктури ринку товарів та послуг;
- вивчення системи показників інфраструктури ринку товарів та послуг і методів їхнього формування.

2.3. Загальні і спеціальні (фахові) компетентності та програмні результати навчання

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування у студентів необхідних компетентностей:

спеціальні (фахові) компетентності (СК):

- здатність збирати, обробляти та аналізувати інформацію про фактори внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища організацій (СК₃);
- здатність до оцінки ефективності маркетингової діяльності та адаптації виробництва відповідно до змін потреб ринку (СК₇);
- здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку (СК₁₀).

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен продемонструвати такі **програмні результати навчання (ПРН)**:

- вміти визначати вплив маркетингового середовища на діяльність підприємства, приймати ефективні управлінські рішення щодо адаптації виробництва відповідно до змін потреб ринку (ПРН₆);
- розуміти основні принципи маркетингової діяльності, знати фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції та проводити маркетингові дослідження (ПРН₁₁).

3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Розподіл навчальних занять за розділами дисципліни

Назви розділів	Кількість годин											
	денна форма навчання (ДФН)						заочна форма навчання (ЗФН)					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с.р.		л	п	лаб.	інд.	с.р.
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>	<i>13</i>
Розділ 1												
<i>Сутність інфраструктури аграрного ринку</i>												
Тема 1. Інфраструктура аграрного ринку: поняття та основні елементи	9	2	4			3	6	1	1			4
Тема 2. Маркетингові посередники в інфраструктурі аграрного ринку	9	2	4			3	6	1	1			4
Тема 3. Організаційні форми гуртової торгівлі	8	2	4			2	7	1	2			4
Тема 4. Особливі методи гуртової торгівлі	9	2	4			3	6	1	1			4
Разом за розділом 1	35	8	16			11	25	4	5			16
Розділ 2												
<i>Організація торгової та торгово-посередницької діяльності на товарних ринках</i>												
Тема 5. Діяльність роздрібних посередників на аграрному ринку	8	2	4			2	7	1	2			4
Тема 6. Комерційно-посередницькі організації	9	2	4			3	6	1	1			4
Тема 7. Організації з надання послуг	9	2	4			3	6	1	1			4

продовження таблиці 3.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 8. Інформаційне забезпечення функціонування аграрного ринку	9	2	4			3	6	1	1			4
Разом за розділом 2	35	8	16			11	25	4	5			16
Інші види самостійної роботи	50					50						70
Усього годин	120	16	32			72	120	8	10			102

3.2. Загальні і спеціальні (фахові) компетентності та програмні результати навчання, що забезпечуються вивченням окремих тем

Теми	Шифри компетентностей, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти	Шифри програмних результатів навчання здобувача вищої освіти
Тема 1 Інфраструктура аграрного ринку: поняття та основні елементи	СК₃, СК₇	ПРН₆
Тема 2 Маркетингові посередники в інфраструктурі аграрного ринку	СК₃, СК₁₀	ПРН₆, ПРН₁₀
Тема 3 Організаційні форми гуртової торгівлі	СК₃, СК₁₀	ПРН₁₀
Тема 4 Особливі методи гуртової торгівлі	СК₃	ПРН₆
Тема 5 Діяльність роздрібних посередників на аграрному ринку	СК₇, СК₁₀	ПРН₆, ПРН₁₀
Тема 6 Комерційно-посередницькі організації	СК₃, СК₇	ПРН₆, ПРН₁₀
Тема 7 Організації з надання послуг	СК₇	ПРН₆
Тема 8 Інформаційне забезпечення функціонування аграрного ринку	СК₁₀	ПРН₆, ПРН₁₀

3.3. Лекційні заняття

№ з/п	Назви тем та короткий зміст за навчальною програмою	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
1	<p>ТЕМА 1: Інфраструктура аграрного ринку: поняття та основні елементи</p> <p>Сутність інфраструктури аграрного ринку. Походження та сутність терміну «інфраструктура». Класифікація суб'єктів ринку і взаємозв'язок між ними та ринковими процесами.</p> <p>Завдання та функції інфраструктури аграрного ринку. Формування інфраструктури аграрного ринку. Проблеми формування інфраструктури аграрного ринку України. Характеристика аграрного ринку. Інфраструктурний комплекс аграрного ринку. Елементи інфраструктури аграрного ринку.</p>	2	2
2	<p>ТЕМА 2: Маркетингові посередники в інфраструктурі аграрного ринку</p> <p>Зміст і поняття ринку. Складові ринку та його функції. Класифікація та види ринків. Аграрний ринок та його характеристика. Організація торгівлі: система торгових підприємств та організацій.</p> <p>Торгово-посередницька діяльність в інфраструктурі торгового ринку. Види посередників. Рекламні посередники в інфраструктурі аграрного ринку. Функції гуртових посередників. Особливості державного регулювання аграрного ринку.</p>	2	2
3	<p>ТЕМА 3: Організаційні форми гуртової торгівлі</p> <p>Гуртові продовольчі ринки. Дрібногуртові магазини-склади. Торгові доми. Гуртові ярмарки-виставки. Біржова торгівля. Аукціонна, конкурсна торгівля. Комісійна та консигнаційна торгівля. Загальна характеристика економічних відносин, які виникають між партнерами в сфері аграрного обігу.</p>	2	2
4	<p>ТЕМА 4: Особливі методи гуртової торгівлі</p> <p>Економічна сутність, роль і функції гуртової торгівлі в ринковому процесі. Форми та рівні організації гуртової діяльності. Зустрічна торгівля. Компенсаційні угоди. Толлинг. Лізинг. Франчайзинг. Основні види гуртових посередників.</p>	2	—
5	<p>ТЕМА 5: Діяльність роздрібних посередників на аграрному ринку</p> <p>Торгівля як економічна категорія та її сутність. Державне регулювання торговельної діяльності. Суб'єкти торгівлі та їх характеристика.</p> <p>Роздрібна торгівля, сутність і роль. Класифікація підприємств роздрібною торгівлі. Функції роздрібних торгових підприємств.</p> <p>Спеціалізація підприємств роздрібною торгівлі. Принципи розміщення підприємств роздрібною торгівлі. Функції «прямого» та «зворотного» ходу в роздрібній торгівлі. Функції роздрібних посередників. Методи роздрібного продажу товарів.</p>	2	2

1	2	3	4
6	ТЕМА 6: Комерційно-посередницькі організації Агентські фірми. Типи агентських фірм. Дилерські і дистриб'юторські фірми. Брокерські організації. Бартерні контори. Торгово-промислові палати. Основні функції торгово-промислових палат.	2	–
7	ТЕМА 7: Організації з надання послуг Прокатні організації. Прямий та посередницький види прокату. Лізингові організації. Етапи та види лізингових угод. Основні функції лізингових організацій на ринку послуг. Інжинірингові фірми. Класифікація інжинірингових послуг. Консультативні фірми. Види консультування.	2	–
8	ТЕМА 8: Інформаційне забезпечення функціонування аграрного ринку Сутність і призначення інформаційної діяльності в інфраструктурі аграрного ринку. Джерела маркетингової інформації та методи її збору. Організаційно-комерційні послуги: сутність, види, надання. Маркетингові та інформаційно-комерційні центри. Виставки. Рекламні організації.	2	–
Усього годин		16	8

3.4. Практичні заняття

№ з/п	Назви тем та короткий зміст за навчальною програмою	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
1	ТЕМА 1: Інфраструктура аграрного ринку: поняття та основні елементи Інфраструктура аграрного ринку як складова економічної теорії. Інфраструктура аграрного ринку та її місце в ринковій економіці. Елементи інфраструктури аграрного ринку та їх характеристика. Завдання, зміст і категорії інфраструктури аграрного ринку.	4	2
2	ТЕМА 2: Маркетингові посередники в інфраструктурі аграрного ринку Фінансові посередники в інфраструктурі аграрного ринку. Консалтинг: поняття, види, переваги. Інжинірингові та реінжинірингові послуги. Діяльність гуртових посередників із закупівлі товарів. Діяльність гуртових посередників з продажу товарів.	4	2
3	ТЕМА 3: Організаційні форми гуртової торгівлі Нетрадиційні форми гуртового продажу товарів. Використання франчайзингу для продажу товарів і послуг. Продаж за каталогами, а також через посилочну торгівлю. Продаж з використанням телебачення, мережі Internet та мережевого маркетингу.	4	2

1	2	3	4
	<p>Сутність та види послуг підприємств гуртової торгівлі. Маркетингові рішення в процесі гуртового продажу товарів. Оперативний контролінг-збут при підготовці та проведенні продаж. Система показників у сфері оперативного збуту.</p>		
4	<p>ТЕМА 4: Особливі методи гуртової торгівлі Загальна характеристика діяльності підприємств гуртової торгівлі. Типи та види гуртових підприємств, що функціонують на аграрному ринку, їх класифікація та характеристика. Організація гуртової закупівлі товарів. Гуртовий продаж товарів. Послуги підприємств гуртової торгівлі. Поняття та функції лізингу. Законодавче регулювання лізингу в Україні. Об'єкти та суб'єкти лізингових відносин. Класифікація лізингу та характеристика основних його форм. Операція лізингу та практичні аспекти її здійснення.</p>	4	—
5	<p>ТЕМА 5: Діяльність роздрібних посередників на аграрному ринку Роздрібна торгівля як провідний вид ринкових процесів та форма господарсько-торговельної діяльності. Ознаки роздрібною торгівлі. Головні функції роздрібною торгівлі. Форми роздрібною торгівлі. Методи роздрібною торгівлі. Послуги роздрібних магазинів. Класифікація ознаки та типологія роздрібних торгових точок. Організаційно-правові форми суб'єктів роздрібною торгівлі. Основні вимоги до організації та оформлення підприємств роздрібною торгівлі.</p>	4	2
6	<p>ТЕМА 6: Комерційно-посередницькі організації Сутність комерційно-посередницької діяльності. Класифікація торгових посередників та відмінності їхньої діяльності від гуртових торговельних підприємств. Принципи діяльності посередників. Правове забезпечення комерційно-посередницької діяльності. Торговельно-посередницькі структури та особливості їхньої діяльності. Комісійна торгівля як форма внутрішньої торговельно-посередницької діяльності. Види та особливості консигнаційної торгівлі. Зобов'язання та права посередників.</p>	4	—
7	<p>ТЕМА 7: Організації з надання послуг Сутність і завдання персонального продажу товарів. Основні етапи ефективного персонального продажу та їх зміст. Вимоги до торгових агентів та їх роботи. Нові форми продажу товарів та послуг. Визначення та зміст багаторівневого маркетингу як сучасного засобу просування товару.</p>	4	—
8	<p>ТЕМА 8: Інформаційне забезпечення функціонування аграрного ринку Місце та роль інформаційно-консультаційних та маркетингово-збутових центрів на аграрному ринку. Тендери рекламних агенцій, етапи організації їх проведення. Формування ціни рекламних послуг. Особливості договорів на рекламне обслуговування.</p>	4	2

1	2	3	4
	<p>Суть та зміст мерчандайзингу. Застосування технологій мерчандайзингу у виробництві та збуті. Інструменти комунікацій в мерчандайзингу. Комунікаційні засоби просування на місцях продажів.</p> <p>Бази даних, як підгрунтя інформаційної діяльності. Сутність комерційної інформації та комерційної таємниці. Класифікація комерційної інформації. Методи захисту комерційної інформації.</p>		
Усього годин		32	10

3.5. Самостійна робота

№ з/п	Назви тем та короткий зміст за навчальною програмою	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
1	<p>ТЕМА 1: Інфраструктура аграрного ринку: поняття та основні елементи</p> <p>Предмет дисципліни «Інфраструктура аграрного ринку» та його взаємозв'язок з іншими дисциплінами. Генезис дисципліни.</p> <p>Сучасні визначення інфраструктури та її диференціація. Маркетингова концепція розвитку суб'єктів інфраструктури аграрного ринку. Сучасні проблеми розвитку інфраструктури аграрного ринку та шляхи їх вирішення.</p>	3	4
2	<p>ТЕМА 2: Маркетингові посередники в інфраструктурі аграрного ринку</p> <p>Класифікація посередників за місцем на ринку. Зміст монопольної агентської угоди. Посередники з переважним правом (правом «першої руки»). Умови співробітництва простих посередників. Організаційні структури посередницьких компаній. Критерії відбору торгових посередників. Функції торгових посередників. Мотивація та винагорода посередників. Форми винагороди торгових посередників.</p>	3	4
3	<p>ТЕМА 3: Організаційні форми гуртової торгівлі</p> <p>Класифікаційні ознаки та форми гуртової торгівлі. Головні чинники, що впливають на вибір форми гуртової торгівлі. Диференціація видів гуртової торгівлі. Сутність інтегрального показника обсягу гуртової торгівлі. Характеристика відносних показників гуртової торгівлі. Перспективи та тенденції розвитку гуртової торгівлі на макрорівні.</p>	2	4
4	<p>ТЕМА 4: Особливі методи гуртової торгівлі</p> <p>Функції товарної біржі, як форми організованого гуртового ринку. Організаційно-комерційні функції товарної біржі. Особливості біржового товару. Види бірж. Класифікація товарних бірж. Принципи діяльності товарної біржі. Права товарних бірж.</p>	3	4

1	2	3	4
	Брокерська діяльність на товарній біржі. Організаційно-документальне оформлення брокерської угоди. Сучасні тенденції розвитку біржової торгівлі. Стан та тенденції розвитку біржової торгівлі в Україні.		
5	<p>ТЕМА 5: Діяльність роздрібних посередників на аграрному ринку</p> <p>Маркетингові рішення в роздрібній торгівлі. Стратегічні рішення щодо розміщення торгової точки, спеціалізації, співвідношення ціна-якість, Особливості комплексу маркетингу роздрібно торгівлі.</p> <p>Стратегічні моделі управління ресурсами та прибутковістю підприємств роздрібно торгівлі. Нормативно-правове регулювання роздрібно торгівлі. Зобов'язання роздрібно торгівлі щодо контролю якості товарів їх нормативно-правове забезпечення.</p>	2	4
6	<p>ТЕМА 6: Комерційно-посередницькі організації</p> <p>Структура та зміст договору купівлі-продажу, комісійної та консигнаційної угод. Етапи укладання угод. Теоретичні основи економічного аналізу ефективності договірної та комерційної діяльності підприємства. Оцінка ефективності комерційних угод. Оптимізація прогнозування результатів господарювання.</p>	3	4
7	<p>ТЕМА 7: Організації з надання послуг</p> <p>Консалтингові послуги та їх види. Класифікація консалтингових фірм. Маркетингові дослідницькі агенції, їх види та послуги. Світовий та український ринок маркетингових досліджень. Характеристика основних суб'єктів організаційно-комерційної діяльності. Умови надання та порядок оплати організаційно-комерційних послуг.</p>	3	4
8	<p>ТЕМА 8: Інформаційне забезпечення функціонування аграрного ринку</p> <p>Класифікація комерційної інформації. Методи захисту комерційної інформації. Подібність та відмінність гуртових ярмарків та виставок (виставок-ярмарків). Класифікація виставок та ярмарок. Етапи організації проведення виставок-ярмарок.</p>	3	4
9	Підготовка до навчальних занять та контрольних заходів	50	70
	Усього годин	72	102

4. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Індивідуальне завдання студентом виконується за бажанням для підвищення поточної успішності. Воно охоплює теоретичну та методологічну підготовку студента, відкриває можливість реалізації його практичних навичок та вмінь, творчих здібностей, вподобань. Індивідуальне завдання виконується у вигляді реферату або презентації у застосунку для створення та відтворення презентацій Microsoft PowerPoint. Перелік тем для виконання індивідуального завдання:

1. Аграрний ринок – середовище маркетингу
2. Види ринкових процесів на аграрному ринку.
3. Зовнішнє та внутрішнє регулювання аграрного ринку.
4. Інфраструктура аграрного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку.
5. Роль і місце інфраструктури в створенні умов ефективного функціонування ринку.
6. Принципи та особливості діяльності маркетингових посередників.
7. Гуртова торгівля в ринкових процесах.
8. Економічна діяльність підприємств гуртової торгівлі.
9. Торговельно-посередницька діяльність на аграрному ринку.
10. Організація гуртової закупівлі товарів.
11. Гуртовий продаж товарів.
12. Роль і значення договору в торговельно-посередницькій діяльності.
13. Основні типи торговельних посередників та специфіка їх роботи.
14. Винагорода та мотивація торговельних посередників.
15. Організація посередницької діяльності на аграрному ринку.
16. Види виробничих процесів на підприємствах торгівлі.
17. Основні завдання складського господарства на аграрному ринку.
18. Транспортно-логістична інфраструктура.
19. Сутність транспортно-експедиційної діяльності.
20. Характеристика інформаційної та організаційно-комерційної діяльності.
21. Реклама як вид комерційної інформації.
22. Види та характеристика інформаційно-комерційних послуг.
23. Виставки і ярмарки як суб'єкти організаційно-комерційної діяльності.
24. Види організованих товарних ринків та їх відмінності.
25. Аукціон як форма організованого ринку.
26. Конкурсні торги як елемент ринкового регулювання аграрного ринку.
27. Біржа, як одна з форм організованого гуртового ринку.
28. Брокерська діяльність на товарній біржі.
29. Роздрібна торгівля як основний посередник між виробником та споживачем.
30. Маркетингові рішення в системі підприємств роздрібною торгівлі.
31. Сутність та економічне значення лізингу.
32. Види лізингу.
33. Торгові агенти та основні критерії їх вибору.
34. Особливості організації продажів за каталогами.
35. Електронна комерція як нова форма продажу товарів і послуг.

5. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Під час викладання курсу використовуються такі методи навчання: інформаційно-ілюстративний, метод проблемного викладу, розв'язування задач та ситуаційних завдань, виступ з рефератом, доповідь, тестування, а також інтерактивного навчання (ділові ігри). В тому числі :

- викладання лекційного матеріалу;
- використання комп'ютерних тестів, відеофільмів, слайдів;

- розв’язування ситуаційних задач;
- виконання практичних завдань та написання висновків;
- науково-дослідна робота;
- самостійна робота студентів.

Основними видами навчальних занять згідно з навчальним планом є:

- лекції;
- практичні заняття;
- самостійна позааудиторна робота студентів.

За джерелами знань використовуються такі методи навчання: словесні – розповідь, пояснення, лекція, інструктаж; наочні – демонстрація, ілюстрація; практичні – практична робота, вправи.

За характером логіки пізнання використовуються такі методи: аналітичний, синтетичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний.

За рівнем самостійної розумової діяльності використовуються методи: проблемний, частково-пошуковий, дослідницький.

6. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Поточний контроль здійснюється під час проведення лабораторних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю: усне і письмове опитування, тести, перевірка виконаних лабораторних робіт.

Поточний контроль здійснюється на кожному лабораторному занятті відповідно до конкретних цілей теми. Рекомендується застосувати на всіх лабораторних заняттях види об’єктивного контролю теоретичної підготовки та контроль засвоєння практичних навичок у вигляді тестування, письмового та (або) усного опитування. При засвоєнні кожної теми за поточну навчальну діяльність студенту виставляються оцінка за 5-ти бальною шкалою.

Поточний контроль та оцінювання самостійної роботи студентів, яка передбачена поряд з аудиторною роботою, здійснюється під час поточного контролю теми на відповідному аудиторному занятті відповідно конкретним цілям з кожної теми.

Семестровий контроль проводиться у формі сумування балів поточного контролю на основі опрацювання навчального матеріалу, визначеного робочою програмою, і в терміни, встановлені навчальним планом.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінювання результатів навчання на певному освітньо-кваліфікаційному рівні або на окремих його завершальних етапах. Підсумковий контроль засвоєння дисципліни здійснюється по завершенню її вивчення. Оцінка засвоєння проводиться на підсумковому занятті у вигляді письмового опитування, розв’язання ситуаційних задач або комп’ютерного тестового контролю тощо.

Форма проведення іспиту – письмово-усна (комбінована). Під час підсумкового контролю враховуються результати задачі усіх видів навчальної роботи згідно із структурою поточної успішності студента.

7. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ

Денна форма навчання

Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється шляхом проведення поточного та підсумкового контролю (екзаменаційного, залікового та підсумкової атестації).

Оцінювання результатів навчання проводиться в балах, максимальна кількість яких за кожний підсумковий контроль становить **100**. Кожній сумі балів відповідає оцінка за національною шкалою та шкалою ECTS (табл. 7.1).

Таблиця 7.1

Шкала оцінювання успішності студентів

За 100- бальною шкалою	За національною шкалою		За шкалою ECTS
	Екзамен, диференційований залік	Залік	
90 - 100	Відмінно	Зараховано	A
82 - 89	Добре		B
74 - 81			C
64 - 73	Задовільно		D
60 - 63			E
35 - 59	Незадовільно (не зараховано) з можливістю повторного складання		FX
0 - 34	Незадовільно (не зараховано) з обов'язковим повторним вивченням дисципліни		F

Максимальна кількість балів за засвоєння дисципліни протягом семестру становить 100.

Підсумкова оцінка за 100-бальною шкалою визначається на основі середнього балу поточної успішності протягом семестру за такою формулою:

$$ПК = \frac{100 \cdot \text{CAЗ}}{5} = 20 \cdot \text{CAЗ}$$

де ПК – значення підсумкової залікової оцінки за 100 - бальною шкалою;
100 – максимально можливе значення оцінки за 100 - бальною шкалою;
5 – максимальне значення оцінки за національною 4 - бальною шкалою;
CAЗ – середнє арифметичне значення оцінок за результатами поточного контролю.

За підсумками семестрового контролю в залікову відомість студентів у графі «за національною шкалою» виставляється оцінка «зараховано/не зараховано». Присутність студента при виставленні підсумкової оцінки не обов'язкова, якщо ним виконані усі передбачені види робіт.

Бал з поточного контролю може бути змінений за рахунок заохочувальних балів:

- студентам, які не мають пропусків занять протягом семестру (додається 2

бали);

- за участь в університетських студентських олімпіадах, наукових конференціях (додається 2 бали), на міжвузівському рівні (додається 5 балів);
- за інші види навчально-дослідної роботи бали додаються за рішенням кафедри.

Поточний контроль полягає в оцінюванні рівня підготовленості студентів до виконання конкретних робіт, повноти та якості засвоєння навчального матеріалу та виконання індивідуальних завдань відповідно до робочої програми навчальної дисципліни. Поточний контроль проводиться за кожною вивченою темою шляхом усного чи письмового опитування. Результати поточного контролю оцінюються за чотирибальною шкалою.

«Відмінно» – оцінюється завдання, що містить відповіді, в яких навчальний матеріал відтворюється в повному обсязі, відповідь правильна, обґрунтована, логічна, містить аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки. Студент показує глибоке оволодіння лекційним матеріалом, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал. Практичне завдання виконане правильно, як з використанням типового алгоритму, так і за самостійно розробленим алгоритмом.

«Добре» – оцінюється завдання, що містить відповіді, в яких відтворюється значна частина навчального матеріалу. Студент виявляє знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, певною мірою може аналізувати матеріал, порівнювати та робити висновки. Студент висвітлює питання повно, висвітлення їх завершене висновками, виявлене вміння аналізувати факти й події, а також виконувати навчальні завдання. У відповідях допущені несуттєві помилки, в усних відповідях – неточності, деякі незначні помилки, має місце недостатня аргументованість при викладенні матеріалу, нечітко виражене ставлення слухача до фактів.

«Задовільно» – оцінюється завдання, що містить відповіді, в яких відтворюються основні положення навчального матеріалу на рівні запам'ятовування без достатнього розуміння; студент у цілому оволодів суттю питань з даної теми, виявляє знання лекційного матеріалу, навчальної літератури, намагається аналізувати факти й події, робити висновки. Студент дає неповні відповіді на запитання, припускається грубих помилок при висвітленні теоретичного матеріалу. У практичних завданнях припущені несуттєві помилки.

«Незадовільно» – оцінюється завдання, що не виконане, або містить відповіді на рівні елементарного відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів, фрагментів навчального матеріалу. Студент виявив неспроможність висвітлити питання чи питання висвітлені неправильно, безсистемно, з грубими помилками, відсутні розуміння основної суті питань, висновки, узагальнення. У відповідях та практичному завданні припущені суттєві помилки.

За підсумками семестрового контролю в залікову відомість студентів у графі «за національною шкалою» виставляється оцінка «зараховано/ не зараховано». Присутність студента при виставленні підсумкової оцінки не обов'язкова, якщо ним виконані усі передбачені види робіт.

7.1. Заочна форма навчання

У зв'язку з тим, що для студентів заочної форми навчання співвідношення обсягу годин, відведених на аудиторні заняття та самостійну роботу, має значні відмінності від денної форми, відповідно є відмінності у розподілі балів та критеріїв оцінювання.

Максимальна кількість балів за результатами вивчення дисципліни протягом семестру становить 100. Підсумкова оцінка за 100-бальною шкалою визначається як сума середнього балу поточного оцінювання (ПК) за 4-бальною шкалою протягом семестру, перерахованого у 30-бальну шкалу та балу за виконання тематичної самостійної роботи (ТСР) у міжсесійний період, оціненої за 70-бальною шкалою. Перерахунок середнього балу поточного оцінювання за 4-бальною шкалою у відповідний бал за 30-бальною шкалою здійснюється за формулою:

$$ПК = \frac{30 \times САЗ}{5} .$$

Поточний контроль проводиться викладачами під час аудиторних занять. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів до виконання конкретної навчальної роботи, забезпечення зворотного зв'язку між викладачами та студентами у процесі навчання.

Інформація, отримана в процесі поточного контролю, використовується як викладачем – для коригування методів і засобів навчання, так і студентами – для самоаналізу та самооцінки своєї навчальної діяльності. Поточний контроль проводиться у формі усного опитування, письмового експрес-контролю, комп'ютерного тестування, виступів студентів при обговоренні питань на семінарських заняттях тощо.

Залік виставляється студенту у його «Залікову книжку» з відміткою «зараховано» за умови, що він виконав усі види навчальної роботи, визначені робочою навчальною програмою та отримав не менше 60 балів, що відповідає позитивній (за національною шкалою) семестровій оцінці.

8. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Дорош-Кізим М.М. Методичні вказівки для проведення практичних занять з навчальної дисципліни «Інфраструктура аграрного ринку» рекомендовані для студентів денної та заочної форми навчання для початкового рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинговий менеджмент» спеціальності 073 – «Менеджмент». Львів. 2019. 34 с.

2. Дорош-Кізим М.М. Тестові завдання для перевірки та контролю знань студентів з навчальної дисципліни «Інфраструктура аграрного ринку» рекомендовані для студентів денної та заочної форми навчання для початкового рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинговий

менеджмент» спеціальності 073 – «Менеджмент». Львів. 2019. 48 с.

3. Конспект лекцій на паперовому та електронному носіях.
4. Друкований ілюстративний матеріал та навчальні відеоматеріали.

9. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Інфраструктура аграрного ринку. Навч. посіб. К. НМЦВО МОН України. НВФ «Студцентр». 2014. 608 с.
2. Савощенко А. С. Інфраструктура аграрного ринку. Навч. посіб. К. КНЕУ. 2015. 336 с.
3. Шканова О. М. Інфраструктура аграрного ринку. Навч. посіб. К. МАУП. 2014. 80 с.

Допоміжна


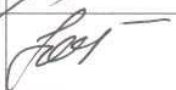
4. Виноградський М. Д., Виноградська А. М., Шканова О. М. Менеджмент в організації: Навч. посіб. для студ. екон. спец. вузів. 2-ге вид. К. Кондор. 2017. 654 с.
5. Виноградська А. М. Основи підприємництва. Навч. посіб. К. КНТЕУ. 2014. 382 с.
6. Виноградська А. М., Шканова О. М. Стратегія розвитку роздрібної торгівлі. Ділова панорама. 2016. № 3-4. 42 с.
7. Гаркавенко С. С. Маркетинг. Підруч. для вузів. К. Лібра. 2018. 426 с.
8. Складське господарство оптової торгівлі. Навч. посіб. К. Вища школа. 2014. 196 с.
9. Дашков Л. П., Бризгалін А. В. Комерційний договір: від укладання до виконання. К. МПП «Капрал». 2014. 172 с.
10. Електронна комерція: Навч. посіб. К. КНЕУ. 2015. 326 с.
11. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика. К. КНЕУ. 2017. 346 с.
12. Кардаш В. Я. Товарна інноваційна політика. Навч. посіб. К. КНЕУ. 2014. 296 с.
13. Мазаракі А. А., Лігоненко Л. О., Ушакова Н. М. Економіка торговельного підприємства. К. Хрещатик. 2014. 800 с.
14. Шевченко А. Стандарти 3-го тисячелеття. URL: [http://www. documenta. ru/cons/book/bookpress_2. Html](http://www.documenta.ru/cons/book/bookpress_2.html)
15. Шканова О. М. Маркетинг послуг. Навч. посіб. К. Кондор. 2016. 204 с.

10. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>
2. Офіційний веб-сайт Головного управління статистики у Львівській області. URL: <http://lv.ukrstat.gov.ua/>
3. Веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/>
4. Офіційний веб-сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
5. Офіційний веб-сайт Аграрної біржі України. URL: <https://agrex.gov.ua/>

11. ПОГОДЖЕННЯ МІЖДИСЦИПЛІНАРНИХ ІНТЕГРАЦІЙ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Навчальні дисципліни, що забезпечують дану	Кафедра	Прізвище та ініціали відповідального викладача	Підпис викладача
1				
2				
3				
4				

№ з/п	Навчальні дисципліни, забезпечувані даною	Кафедра	Прізвище та ініціали відповідального викладача	Підпис викладача
1	Основи маркетингу	маркетингу	С. Поверкин	
2	Марк. дослідження та планування марк. дос.	маркетингу	Л.В. Бабич Л.В.	
3				
4				

12. ЗМІНИ ТА ДОПОВНЕННЯ ДО РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Зміст внесених змін (доповнень)	Дата і № протоколу засідання кафедри	Підпис зав. кафедри