



Вищий навчальний заклад «НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Інфраструктура товарного ринку

ОП «МАРКЕТИНГ»

Шифр за ОП	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Період вивчення		Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
				Рік, коли пропонується вивчення	Семестр		
ОПП-4	Інфраструктура товарного ринку	Обов'язкова навчальна дисципліна професійної підготовки	перший (бакалаврський)	3	6	5	екзамен

Мова навчання: українська.

Форми здобуття освіти: денна, заочна

Види навчальних занять: лекція, практичні заняття, самостійна робота здобувачів.

Методи навчання: проблемно-орієнтоване навчання; кейс-метод (на основі аналізу діяльності суб'єктів інфраструктури товарного ринку); тематичні дискусії; змішане навчання (поєднання аудиторних та дистанційних форм із використанням цифрових освітніх ресурсів); робота в малих групах; підготовка та представлення аналітичних матеріалів; залучення практиків до проведення окремих занять.

Оцінювання: поточне, підсумкове.

Мета викладання навчальної дисципліни: формування у студентів системного розуміння сутності, структури та функцій інфраструктури товарного ринку, закономірностей її розвитку і функціонування, а також набуття здатності аналізувати діяльність інфраструктурних суб'єктів, оцінювати ефективність їх функціонування та обґрунтовувати напрями вдосконалення інфраструктурного забезпечення товарних ринків.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК3	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
ЗК7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
СК7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
СК11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Програмні результати навчання (ПРН):

Шифр	Зміст
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.
ПРН11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Засоби діагностики успішності навчання: поточне опитування після окремих тем; виконання індивідуальних та групових завдань; презентації; аналіз кейсів, ситуаційних завдань; оцінювання результатів неформальної освіти (онлайн-курси) в порядку, визначеному Положенням про порядок визнання результатів навчання набутих у неформальній/інформальній освіті; підсумкове оцінювання у формі екзамену, що передбачає комплексну перевірку рівня досягнення програмних результатів навчання.

Зміст навчальної дисципліни:

Тема 1. Сутність та структура інфраструктури товарного ринку в сучасній економіці.

Базові елементи інфраструктури, її роль у функціонуванні товарних ринків, еволюція під впливом цифровізації.

Тема 2. Економічні моделі організації товарного обігу в ринкових системах.

Підходи до формування ринкових моделей, трансформація каналів розподілу, мережеві форми взаємодії.

Тема 3. Цифровізація торговельної діяльності та трансформація ринкових структур.

Вплив цифрових технологій на торговельні процеси, розвиток електронної комерції та мережевих бізнес-моделей.

Тема 4. Мережеві форми організації сучасного торговельного бізнесу.

Особливості функціонування цифрових торговельних платформ, маркетплейсів та інтегрованих бізнес-екосистем.

Тема 5. Маркетингове управління у цифровому ринковому середовищі.

Інструменти маркетингового впливу в онлайн-середовищі, аналітика даних, управління споживчим досвідом.

Тема 6. Цифрові стратегії розвитку суб'єктів товарного ринку.

Формування та реалізація стратегій просування, конкурентні переваги в умовах цифрової економіки.

Тема 7. Інструменти просування та позиціонування суб'єктів ринку в умовах глобальної конкуренції.

Стратегічні підходи до брендингу, комунікаційні моделі та сталий розвиток ринкових суб'єктів.

Тема 8. Внутрішні товарні ринки: структура та механізми розвитку.

Особливості функціонування національних ринків, фактори розвитку внутрішнього попиту та пропозиції.

Тема 9. Інфраструктура ринку послуг.

Специфіка організації ринку послуг, взаємодія інфраструктурних елементів у сфері послуг.

Тема 10. Трансформаційні процеси та перспективи розвитку товарних ринків України.

Сучасні виклики, адаптація інфраструктури до змін зовнішнього середовища, напрями модернізації.

Неформальна освіта (онлайн-курси та платформи)

У межах самостійної роботи здобувачам рекомендується проходження онлайн-курсів на міжнародних освітніх платформах з метою розширення професійних компетентностей у сфері

функціонування товарних ринків, розвитку їх інфраструктури, цифрової трансформації торгівлі, маркетингової аналітики та управління ринковими процесами.

Рекомендовані платформи:

- Coursera (курси з маркетингу, логістики, supply chain management, цифрової економіки, e-commerce);
- edX (маркетинг, data analytics, digital transformation, economics of markets);
- FutureLearn (digital marketing, retail management, бізнес-аналітика);
- Prometheus (маркетинг, економіка, аналітика даних, цифрові навички);
- LinkedIn Learning (market analysis, business analytics, e-commerce, digital tools);
- Google Digital Garage (основи цифрового маркетингу, аналітика та робота з онлайн-інструментами).

Порядок зарахування результатів неформальної освіти:

Результати проходження онлайн-курсів можуть бути зараховані як складова самостійної роботи в порядку, визначеному «Положенням про порядок визнання результатів навчання набутих у неформальній/інформальній освіті» <https://nam.kyiv.ua/files/pdf/polozhennia-pro-neformalnu-ta-informalnu-osvitu.pdf>

Максимальна кількість балів – до 10 балів у межах самостійної роботи.

Методи навчання на лекціях: інтерактивні лекції з елементами діалогу та зворотного зв'язку зі здобувачами; використання мультимедійних презентацій, аналітичних матеріалів і візуалізацій; демонстрація відеоматеріалів, що ілюструють функціонування інфраструктури товарних ринків; розгляд практичних прикладів діяльності інфраструктурних суб'єктів; залучення гостьових лекторів із числа практиків у сфері торгівлі, логістики та маркетингу.

Методи навчання на практичних, семінарських заняттях: аналіз кейсів, сформованих на основі наукових публікацій і практики функціонування товарних ринків; моделювання бізнес-ситуацій та інфраструктурних рішень; проведення тематичних дискусій; робота в малих групах із розподілом функцій; підготовка, представлення та обговорення аналітичних матеріалів і презентацій; вирішення ситуаційних та розрахунково-аналітичних завдань.

Методи оцінювання: поточний контроль знань у формі усного та письмового опитування; перевірка виконання ситуаційних, аналітичних і розрахункових завдань; оцінювання індивідуальних і групових робіт, у тому числі презентацій; контроль активності здобувачів під час обговорень; підсумковий контроль у формі тестування із використанням комплексних завдань.

Засоби діагностики результатів навчання: стандартизовані онлайн-тести; письмові аналітичні роботи та есе; кейс-аналіз із обґрунтуванням рішень; оцінювання участі в дискусіях і груповій роботі; презентації результатів виконаних завдань.

Порядок оцінювання результатів навчання:

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.

Поточний контроль та самостійна робота = 60 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Для денної форми здобуття освіти

Поточний контроль та самостійна робота - 60											Підсумковий контроль	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	Самостійна робота		
5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	10 балів	40 балів	100 балів

Для заочної форми здобуття освіти

Поточний контроль та самостійна робота - 60		Підсумковий контроль	Сума
Контрольна робота	Самостійна робота		
50 балів	10 балів	40 балів	100 балів

Рекомендована література:

1. Венгерова О.В. *Інфраструктура товарного ринку: конспект лекцій*. Запоріжжя: ТДАТУ, 2024. 165 с.
2. Костинець Ю. В., Костинець В. В. Сучасні тенденції та моделі розвитку цифрового мережевого торговельного бізнесу // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2024. №1. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-1-9617>
3. Костинець, Ю., Жуков, С. (2025). Управління маркетингом в цифровому середовищі. *Економіка та суспільство*, (71). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-158>
4. Пилявець В.М. *Інфраструктура товарного ринку: навч. пос.* Київ: Каравела, 2024. 264с.
5. Тараєвська Л.С. *Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник*. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2020. 107 с.
6. Bilovodska O., Boienko O., Omelchenko V., Kostynets I., Ievseitseva O. & Omelchenko H. (2022) Marketing Digital Strategy for Promoting Brand of Global Retailer Achieving Sustainability. *Review of Economics and Finance*, (20), 647-653. <https://doi.org/10.55365/1923.x2022.20.75> (Scopus)
7. Kostynets, V., & Kostynets, Iu. (2022). Modeling the processes of development of the domestic market of tourist services and hospitality. *Three Seas Economic Journal*. 3(1), 93-97
8. Kostynets, V., Kostynets, Iu., Korneyev, M. etc. (2022). Development of internal tourism and hospitality in Ukraine. *Tourism and Travelling*. 3 (1), 25-33. URL: <https://www.businessperspectives.org/index.php/journals/tourism-and-travelling/issue346/development-of-internal-tourism-and-hospitality-in-ukraine>

Викладач: Костинець Юлія Володимирівна, доктор економічних наук, професор.

Гарант освітньої програми:

Баула Олексій Віталійович,

кандидат економічних наук, доцент

