


(Ф 03.02 – 110)


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра маркетингу



УЗГОДЖЕНО
Декан ФЕБА


С.Ф. Смерічевський
«10» 06 2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчальної роботи


А. Полухін
«17» 06 2021 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Інфраструктура товарного ринку»

Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	3	105 / 3.5	17	34	–	54	1 ДЗ – 3с	-	Екзамен – 3 с
Заочна	3, 4	105 / 3.5	8	4	–	93	1 К.р – 4с	-	Екзамен – 4 с

Індекс: РБ-6-075-1/21 – 2.1.23

Індекс: РБ-6-075-1з/21 – 2.1.23

СМЯ НАУ РП 11.01.03-01-2021



Система менеджменту якості.
Робоча програма
навчальної дисципліни
«Інфраструктура товарного ринку»

Шифр
документа

СМЯ НАУ
РП 11.01.03-01-2021

Стор. 2 із 13

Робочу програму навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Маркетинг», навчальних та робочих навчальних планів № НБ-6-075-1/21, РБ-6-075-1/21 та № РБ-6-075-13/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробив:

старш. викладач кафедри маркетингу  Хайдарова Т.М.

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Маркетинг», спеціальності 075 «Маркетинг» – кафедри маркетингу, протокол № 9 від « 13 » 05 2021 р.

Гарант освітньо-професійної програми  Сібрук В.Л.

Т.в.о. завідувача кафедри  Радченко Г.А.


Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № 5 від « 19 » 03 2021 р.

Голова НМРР  Тофанчук А.Т.

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 3 із 13	

ЗМІСТ

	сторінка
Вступ	4
1. Пояснювальна записка	4
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна	5
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	6
2. Програма навчальної дисципліни	6
2.1. Зміст навчальної дисципліни	6
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля	6
2.3. Тематичний план	9
2.4. Домашнє завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН)...	9
2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену.....	10
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	10
3.1. Методи навчання	10
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	11
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет	11
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь..	12

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 4 із 13	

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА


1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.

Місце: дана навчальна дисципліна є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця з маркетингу у розумінні особливостей товарного ринку і специфіки застосування методичного інструментарію сучасної інфраструктури ринку в умовах розвитку ринкових відносин.

Метою навчальної дисципліни є дослідження актуальних аспектів розвитку елементів інфраструктури як підґрунтя цілісної економічної системи України за умов реалізації концепції сталого розвитку і засвоєння знань з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку, управління діяльністю підприємства в галузі просування, зберігання та продажу товарів і послуг, забезпечення потреб споживачів.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- надання знань про сутність інфраструктури товарного ринку та її роль у ринковій економіці;
- організацію та планування діяльності інфраструктурних підприємств на ринку;
- опанування системи показників інфраструктури товарного ринку та методи їх формування;
- набуття вмінь самостійно виконувати техніко-економічні розрахунки, пов'язані з аналізом та обґрунтуванням ефективного функціонування і розвитку інфраструктури товарного ринку.
- озброїти студентів системою знань у сфері теоретичних, методичних, інформаційних основ системи товарного ринку;
- вивчити основні поняття системи інфраструктури товарного ринку;
- навчити прийомам набуття практичних навичок щодо розв'язання завдань, що стосуються ефективного функціонування ринкової інфраструктури;
- формування вмінь творчого пошуку управлінських рішень з удосконалення функціонування сфери обігу;
- закріплення вмінь самостійного дослідження та обґрунтування проектних рішень і вирішення широкого кола завдань, пов'язаних з забезпеченням потреб споживачів.
- забезпечити засвоєння студентами методичного інструментарію сучасної інфраструктури ринку,

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 5 із 13	

- оволодіння навичками творчого критичного підходу до оцінки викладених у спеціальній методичній літературі точок зору щодо розвитку ринкової структури, діючого механізму реалізації підприємницьких здібностей;
- забезпечити вироблення вмінь та навичок впровадження і використання управлінських рішень на практиці діяльності підприємств;
- забезпечити зацікавленість студентів в активній навчальній та науково-дослідній роботі.

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

- Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію (ПРН4).
- Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності (ПРН6).
- Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища (ПРН8).
- Прогнозувати платоспроможний попит, визначити перспективні цільові сегменти споживачів, обґрунтовувати інноваційні методи управління товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик підприємства на всіх типах ринків (ПРН23).

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

- 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 (ІК).
- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу (ЗК3).
- Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (ЗК4).
- Здатність проведення досліджень на відповідному рівні (ЗК8).
- Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу (ФК1).
- Здатність до розуміння змісту і характеру професійної діяльності маркетолога на промисловому, споживчому та електронному ринках товарів і послуг та прийняття управлінських рішень в сфері маркетингу щодо інноваційного розвитку підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища (ФК15).
- Здатність розуміти особливості товарної політики підприємства, формувати оптимальний асортимент, аналізувати та проектувати ефективні (дієві, двосторонні) комунікації зі споживачами товарів та послуг, розуміти, планувати і організувати потокове управління ланцюгами поставок товарів і послуг, приймати оптимальні рішення щодо процесів управління елементами комплексу

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 6 із 13	

маркетингу суб'єктів господарювання, які працюють на всіх видах ринків в сучасних умовах (ФК19)

1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Дана дисципліна базується на знаннях таких дисциплін, як Маркетинг: Вступ до спеціальності, Маркетинг, Організаційна поведінка, Інформаційно-комунікаційні системи і технології, та є базою для вивчення подальших дисциплін, а саме: Основи маркетингу на транспорті, Бізнес-планування та бюджетування, Маркетингові дослідження, Товарознавство, Поведінка споживача.

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного **навчального модуля № 1 «Інфраструктура товарного ринку»**, який є логічною завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля Модуль № 1 «Інфраструктура товарного ринку»

Інтегровані вимоги модуля №1:

знати:

- поняття, категорії та чинники, що відображають сутність інфраструктури товарного ринку;
- основні структурні елементи інфраструктури товарного ринку;
- роль, функції, види діяльності та взаємодії елементів інфраструктури товарного ринку;
- форми і методи регулювання ринкових процесів у сфері товарообігу;
- показники, що характеризують стан інфраструктури товарного ринку та ефективність діяльності її окремих структурних елементів;
- загальні особливості класифікації та кодування товарів;
- властивості й показники асортименту товарів;
- основи інформаційного забезпечення товароруху;

вміти:

- ідентифікувати способи, можливості та умови використання елементів інфраструктури товарного ринку в діяльності підприємства;
- формувати поведінку та оцінювати діяльність підприємства на товарному ринку;
- застосовувати методичний інструментарій розроблення та реалізації завдань управління рухом товарів в умовах конкретної інфраструктури товарного ринку;
- оцінювати економічну ефективність та наслідки реалізації рішень щодо управління рухом товарів;



- використовувати методи наукового пізнання товарів, їх загальних споживних властивостей;
- проводити ідентифікацію товарів у процесі логістичної діяльності підприємства;
- аналізувати товарну інформацію.

Тема 1. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку

Сутність та характеристика товарного ринку. Поняття, економічний зміст і класифікація ринків. Умови функціонування та особливості товарного ринку. Основні функції товарного ринку. Види ринкових процесів на товарному ринку. Форми і методи регулювання товарного ринку. Сутність і зміст інфраструктури товарного ринку. Сутність інфраструктури ринку. Роль і місце інфраструктури товарного ринку в ринковому процесі. Класифікація інфраструктури товарного ринку. Характеристика основних елементів інфраструктури товарного ринку. Функції інфраструктури товарного ринку та макроекономічні показники її функціонування. Проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку.

Тема 2. Організація посередницької діяльності на товарному ринку


Принципи та особливості діяльності маркетингових посередників. Способи доведення продукції до споживачів. Види посередників та особливості їх діяльності на товарному ринку. Характеристика маркетингових посередників. Організація посередницької діяльності на товарному ринку. Функції посередників на товарному ринку. Форми організації посередницької діяльності. Особливості організації оптових закупівель та продажу товарів. Характеристика договірних взаємовідносин між виробниками й оптовими посередниками. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку. Принципи організації та ознаки торговельно-посередницької діяльності на товарному ринку. Ціноутворення в торговельно-посередницькій діяльності. Види знижок до ціни товару. Збутові мережі та канали розподілу. Основні етапи формування каналів розподілу.

Тема 3. Оптова торгівля

Макроорганізація оптової торгівлі. Сутність і місце оптової торгівлі в ринковому процесі. Функції та призначення оптової торгівлі. Форми та рівні організації оптової торгівлі. Макроекономічні показники оптової торгівлі. Підприємства оптової торгівлі. Завдання та функції підприємств оптової торгівлі. Класифікація підприємств оптової торгівлі. Організаційні структури підприємств оптової торгівлі та особливості їх діяльності. Класифікація послуг оптової торгівлі.

Тема 4. Роздрібна торгівля

Поняття та економічна сутність роздрібною торгівлі. Сутність, завдання і види роздрібною торгівлі. Особливості роздрібною торгівлі в ринкових умовах. Функції роздрібною торгівлі. Форми та методи роздрібною торгівлі. Підприємства роздрібною торгівлі. Види та основні правила роботи роздрібних торговельних підприємств. Маркетингові рішення в роздрібною торгівлі. Послуги роздрібних

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 8 із 13	

магазинів. Основні вимоги до організації та оформлення підприємств роздрібної торгівлі.

Тема 5. Організація логістичної діяльності на товарному ринку

Виробнича діяльність у сфері товарообігу. Сутність виробничих процесів у сфері обігу. Види виробничої діяльності у торгівлі. Умови надання виробничих послуг. Складське господарство. Роль і функції складів у процесі товароруку. Основні завдання складського господарства на товарному ринку. Класифікація товарних складів. Організація складського господарства. Транспортно-експедиційна діяльність на товарному ринку. Транспортна система та її характеристики. Характеристика транспортно-експедиційної діяльності. Види транспортно-експедиторських послуг. Методи транспортного обслуговування споживачів.

Тема 6. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність

Інформаційна діяльність в інфраструктурному комплексі. Сутність та значення інформаційної діяльності в сучасній ринковій економіці. Особливості продуктів інформаційної діяльності. Види інформаційних послуг. Сутність комерційної інформації та комерційної таємниці. Види підприємств, що надають інформаційні послуги. Організаційно-комерційна діяльність. Зміст організаційно-комерційної діяльності. Особливості продуктів організаційно-комерційної діяльності. Характеристика основних суб'єктів організаційно-комерційної діяльності. Виставки і ярмарки як суб'єкти організаційно-комерційної діяльності.

Тема 7. Організатори оптового обігу товарів та послуг

Організовані товарні ринки. Роль та місце організованих товарних ринків. Види організованих товарних ринків. Аукціон: сутність, види та порядок проведення. Особливості аукціонних торгів. Класифікація тендерів. Етапи організації і проведення тендерів. Товарні біржи. Сутність біржової торгівлі. Функції біржової торгівлі. Особливості біржового товару. Класифікація товарних бірж. Організаційна структура товарної біржі. Організація процесу біржової торгівлі. Форми та методи проведення біржових торгів.

Тема 8. Лізинг та персональний продаж

Лізинг на товарному ринку. Сутність лізингової діяльності. Суб'єкти та об'єкти лізингової діяльності. Види та класифікація лізингових операцій. Правові аспекти й економічні основи лізингової діяльності. Механізм розрахунку лізингових платежів. Персональний продаж: форми та особливості. Сутність і завдання персонального продажу товарів. Форми персонального продажу. Основні етапи ефективного персонального продажу та їх зміст. Залучення, відбір і організація роботи торгових агентів для здійснення персональних продажів товарів.




2.3. Тематичний план.

№ пор	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)								
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання				
		Усьо го	Ле кці ї	Прак · заня тя	СР С	Усь ого	Ле кці ї	Прак · заня тя	СР С	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Модуль №1 «Інфраструктура товарного ринку»										
1.1	Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку	3 семестр				3 семестр				
		11	2	2 2	5	12	2	-	10	
1.2	Організація посередницької діяльності на товарному ринку	8	2	2 2 2	4	12	2	-	10	
1.3	Оптова торгівля	11	2	2 2	5	6	-	-	6	
1.4	Роздрібна торгівля	11	2	2 2	5	4 семестр				
1.5	Організація логістичної діяльності на товарному ринку	8	2	2 2	4	17	1	1	15	
1.6	Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність	11	2	2 2	5	17	1	1	15	
1.7	Організатори оптового обігу товарів та послуг	11	2	2 2	5	17	1	1	15	
1.8	Лізинг та персональний продаж	11	2	2 2	5	16	1	1	14	
1.9	Домашнє завдання	8	-	-	8	-	-	-	-	
1.10	Модульна контрольна робота №1	6	1	-	4	-	-	-	-	
1.11	Контрольна (домашня) робота (ЗФН)	-	-	-	-	8	-	-	8	
Усього за модулем №1		105	17	34	54	105	4	4	67	
Усього за навчальною дисципліною		105	34	17	54	105	8	4	93	

2.4. Домашнє завдання.

В третьому семестрі студенти виконують домашнє завдання (ДЗ), відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань та вмінь, набутих у

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 10 із 13	

процесі засвоєння навчального матеріалу дисципліни в області електронного маркетингу.

Конкретна мета ДЗ полягає в отриманні уявлення про основи та особливості маркетингу на товарному ринку, про завдання та їх вирішення в цій сфері, про особливості використання маркетингових інструментів в бізнес-середовищі та формування у студентів умінь застосовувати ці інструменти та методи у практичній діяльності.

Для успішного виконання ДЗ студент повинен **знати** поняття й принципи управління маркетингом на товарному ринку, поняття, категорії та чинники, що відображають сутність інфраструктури товарного ринку; основні структурні елементи інфраструктури товарного ринку; роль, функції, види діяльності та взаємодії елементів інфраструктури товарного ринку; форми і методи регулювання ринкових процесів у сфері товарообігу та **вміти** аналізувати товарну інформацію, ідентифікувати способи, можливості та умови використання елементів інфраструктури товарного ринку в діяльності підприємства; формувати поведінку та оцінювати діяльність підприємства на товарному ринку; застосовувати методичний інструментарій розроблення та реалізації завдань управління рухом товарів в умовах конкретної інфраструктури товарного ринку; оцінювати економічну ефективність та наслідки реалізації рішень щодо управління рухом товарів.

Виконання, оформлення та захист ДЗ здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій.

Час, потрібний для виконання ДЗ, – до 8 годин самостійної роботи.

Для студентів **ЗФН** – завдання для виконання контрольної роботи розробляються автором робочої програми. Навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри, доводяться до відома студента індивідуально і виконуються відповідно до методичних рекомендацій. Наприклад, номер варіанту теоретичної частини та практичної частини визначається за першою літерою прізвища та останньою цифрою індивідуального навчального плану студента.


2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену.

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до екзамену, розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доноситься до відома студентів.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), пояснювально-наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри), частково-пошукові та дослідницькі методи.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 11 із 13	

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Балабан П. Ю. Комерційна діяльність: підручник / П. Ю. Балабан. – Харків : Світ Книг, 2015. – 452 с

3.2.2. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. / О. А. Біловодська. – Київ : Знання, 2011. – 495 с.

3.2.3. Куцик П.О. Глобальна економіка: принципи становлення, функціонування, регулювання та розвитку: монографія / П.О. Куцик, О.І. Ковтун, Г.І. Башнянин. – Львів: Видавництво ЛКА, 2015. – 594 с.

3.2.4. Павлова В. А. Комерційне товарознавство : навч. посіб. / [В. А. Павлова, Г. А. Рижкова, Л. А. Гончра та ін.]. – Київ : Кондор, 2012. – 286 с.

3.2.5. Ортинська В.В. Маркетингові дослідження: підручник / В.В. Ортинська, О.М. Мельникович. – 2-ге вид., доповн. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 436 с.

3.2.6. Світовий ринок товарів та послуг : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 720 с.

3.2.7. Шкапова О.М. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібн. К.: МАУП, 2014. 180 с.

3.2.8. Прокопенко О.В. Інфраструктура товарного ринку: навч. посібн. / О.В. Прокопенко, В.Ю. Школа, О.О. Дегтяренко, С.М. Махнуша. К.: Центр учбової літератури, 2014. 296 с.

3.2.9. Ткач А.А. Інституціональні основи ринкової інфраструктури: монографія. К.: НАН України, Об'єднаний ін-т економіки, 2015. 295 с.

Допоміжна література

3.2.10. Бойчик І.М. Ринкова інфраструктура: сутність та характеристика / Сталий розвиток економіки. 2013. № 3(20). С. 34-41.

3.2.11. Жежуха В.Й. Маслак О.О, Маслак В.О. Ринкова інфраструктура та її вплив на економічне зростання виробництва: теоретичні та прикладні засади: монографія. Львів, 2010. 204 с.

3.2.12. Товарні біржі України: аналіз діяльності, законодавче поле, перспективи розвитку / За ред. П.Т. Саблука, О.М Шпичака. К.: Віпол, 2012. 424 с.

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернеті

3.3.1. www.mr.com.ua


3.3.2. Інфраструктура товарного ринку. За ред. проф. О.О. Шубіна. URL: http://libfree.com/109530481-marketinginfrastruktura_tovarnogo_rinku_shubin_oo.html.

3.3.3. Головне управління статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua>

3.3.4. Українська Асоціація Маркетингу <http://uam.in.ua/>

3.3.5. Маркетинговий портал <http://www.marketing-research.in.ua>

3.3.6. Рачинська Г.В., Лісовська Л.С. Система інфраструктурного забезпечення підприємств малого і середнього бізнесу. URL: Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/15904/1/32_211216_Vis_725_Ekonomik_a.pdf.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 12 із 13	

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ

Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл.4.1.

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	Максимальна кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
	Модуль №1	
	3 семестр	4 семестр
Виконання тестових завдань під час практичних занять	18	20
Розв'язання задач, відповіді на теоретичні питання під час аудиторної роботи на практичних заняттях	18	20
Виконання та захист домашнього завдання	20	-
Виконання та захист контрольної роботи (ЗФН)	-	20
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	<i>34 балів</i>	-
Виконання модульної контрольної роботи №1	24	-
Усього за модулями №1	80	60
Семестровий екзамен	20	40
Усього за дисципліною	100	


4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 3).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. Сума підсумкової семестрової модульної та **екзаменаційної** рейтингових оцінок, у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS (Додаток 4).

4.5. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

4.6. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.03–01–2021
		Стор. 13 із 13	

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище, ім'я, по батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище, ім'я, по батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				