



Національний університет

водного господарства та

природокористування

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет водного господарства та  
природокористування  
Навчально-науковий інститут економіки та  
менеджменту  
Кафедра маркетингу

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Проректор з науково-педагогічної,  
методичної та виховної роботи

\_\_\_\_\_ О.А. Лагоднюк  
“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.



Національний університет  
водного господарства та  
природокористування

**06-09-23**

***РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ  
ДИСЦИПЛІНИ***

**Program of the Discipline  
Інфраструктура товарного ринку**

**Infrastructure of commodity market**

(назва навчальної дисципліни)  
(name of the discipline)

спеціальність  
specialty  
шифр і назва  
спеціальності  
code and name of the  
specialty

Маркетинг  
Marketing

**075 «Маркетинг»**

**075 «Marketing»**



Робоча програма «Інфраструктура товарного ринку» для студентів, які навчаються за спеціальністю «Маркетинг». Рівне: НУВГП, 2017. 18 с.

Розробники: (вказати авторів, наукові ступені, вчені звання та посади).

Мальчик М.В., д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу.  
Коваль С.І., ст. викладач.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри маркетингу  
Протокол від «25» квітня 2017 року № 9

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ М.В. Мальчик  
(підпис) (ініціали та прізвище)

Схвалено науково-методичною комісією за спеціальністю  
075 «Маркетинг»

Протокол від «29» травня 2017 року № 5

Голова науково-методичної  
комісії \_\_\_\_\_ М.В. Мальчик  
(підпис) (ініціали та прізвище)

©Мальчик М.В.  
Коваль С.І., 2017 рік  
©НУВГП, 2017 рік



## ВСТУП

### Анотація

В умовах глобалізації економіки і зростаючої конкуренції особлива увага приділяється формуванню оптимальної інфраструктури товарного ринку. Процес формування та розвитку різних сегментів ринку товарів і послуг потребує створення адекватної інфраструктури, яка б могла забезпечити задоволення потреб споживачів на найвищому рівні на основі збалансованих затрат економічних, фінансових і соціальних ресурсів, як окремих індивідів, так і суспільства в цілому.

При цьому, особливого значення набуває системний, багатоаспектний і взаємопов'язаний аналіз усіх складових інфраструктури національної економіки для досягнення оптимальної відповідності та ефективного її функціонування в умовах ринкових відносин.

**Ключові слова:** інфраструктура товарного ринку, маркетингові посередники, оптова торгівля, виробнича діяльність, організаційно-збутова діяльність, роздрібна торгівля, біржова діяльність, лізинг, прямий продаж.

### Abstract

In a globalized economy and growing competition special attention focuses on creating the optimal commodity market infrastructure. The formation and development of various market's segments of goods and services requires the creation of adequate infrastructure that could ensure customer satisfaction at the highest level based on the balanced cost economic, financial and social resources, both individuals and society as a whole.

Thus, special importance is systemic, multidimensional and interrelated analysis of all components of the infrastructure of the national economy to achieve optimal compliance and effective functioning in market conditions.

**Keywords:** commodity market, infrastructure, resellers, wholesale, industrial activity, organizational and sales activities, retail, exchange activities, leasing, direct sales.



## 1. Опис навчальної дисципліни

| Найменування показників                                                                            | Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, рівень вищої освіти | Характеристика навчальної дисципліни |                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------|
|                                                                                                    |                                                                 | денна форма навчання                 | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів – 4                                                                             | Галузь знань<br>07 «Управління та адміністрування»              | Нормативна                           |                       |
|                                                                                                    | Спеціальність<br>075 «Маркетинг»                                |                                      |                       |
| Модулів – 1                                                                                        | Спеціалізація                                                   | Рік підготовки                       |                       |
| Змістових модулів – 2                                                                              |                                                                 | 1-й                                  | 1-й                   |
| Індивідуальне науково-дослідне завдання<br>(назва)                                                 |                                                                 | Семестр                              |                       |
| Загальна кількість годин – 120                                                                     |                                                                 | 1-й                                  | 1-й                   |
|                                                                                                    |                                                                 | Лекції                               |                       |
| Тижневих годин для денної форми навчання:<br>аудиторних – 2,8<br>самостійної роботи студента – 5,2 | Рівень вищої світи:<br>бакалавр                                 | 22 год.                              | 22 год.               |
|                                                                                                    |                                                                 | Практичні, семінарські               |                       |
|                                                                                                    |                                                                 | 20 год.                              | 20 год.               |
|                                                                                                    |                                                                 | Лабораторні                          |                       |
|                                                                                                    |                                                                 | 0 год.                               | 0 год.                |
|                                                                                                    |                                                                 | Самостійна робота                    |                       |
|                                                                                                    |                                                                 | 78 год.                              | 78 год.               |
|                                                                                                    |                                                                 | Індивідуальні завдання:              |                       |
|                                                                                                    |                                                                 | 0 год.                               |                       |
|                                                                                                    |                                                                 | Вид контролю:                        |                       |
| екз.                                                                                               |                                                                 | екз.                                 |                       |

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить (%):

для денної форми навчання – 53,8 %

для заочної форми навчання – 53,8 %



## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета** дисципліни "Інфраструктура товарного ринку" - 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.

**Завдання** дисципліни "Інфраструктура товарного ринку" :

- 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.
- вивчити теорію розвитку ринкової інфраструктури, зокрема інфраструктури товарного ринку, засвоїти практичні вміння та навички управління її діяльністю з розподілу, просування, збереження та продажу товарів і послуг, забезпечення суспільних і особистих потреб споживачів, опанувати вміння знаходити й реалізовувати рішення стосовно інтенсифікації товарного обігу, підвищення ефективності діяльності інфраструктури комплексу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

**знати:**

- сутність інфраструктури товарного ринку та її роль в ринковій економіці, види та умови здійснення ефективної діяльності окремими ланками інфраструктури товарного ринку;
- методи раціональної організації та планування діяльності суб'єктів інфраструктури товарного ринку;



- систему показників інфраструктури товарного ринку та методи їх формування, прогнозування і аналізу.

**вміти:**

- самостійно виконувати техніко-економічні розрахунки, пов'язані з аналізом функціонування і розвитку, як інфраструктури товарного ринку в цілому, так і її окремих підприємств та організацій;
- знаходити й реалізовувати рішення стосовно інтенсифікації товарного обігу, підвищення ефективності діяльності інфраструктури комплексу.

### **3. Програма навчальної дисципліни**

**Змістовий модуль 1. Інфраструктура товарного ринку: сутність, принципи, основні елементи.**

#### **Тема 1. Сутність і характеристика товарного ринку**

Поняття та економічний зміст ринку. Порівняльна характеристика ринку та регульованої економіки. Основні функції ринку.

Передумови виникнення та умови функціонування ринкових відносин. Класифікаційні ознаки та види ринків. Ринок продавця і ринок покупця.

Характеристика ринку за ступенем монополізації. Ринок товарів і ринок послуг. Особливості, форми та методи регулювання товарного ринку. Фактори, що зумовлюють необхідність ринкового регулювання.

Види ринкових процесів. Сутність понять: обмін, купівля, продаж, попит і пропозиція. Трансакційні та спекулятивні ринкові операції.

Види ринкових процесів на товарному ринку. Сутність понять: продукт і товар, їх спільні та відмінні риси. Види товарообмінних операцій. Товарний характер послуги.

**Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку.**

Сутність та значення ринкової інфраструктури в ринковій економіці. Особливості діяльності суб'єктів



інфраструктури товарного ринку. Елементи інфраструктури товарного ринку.

Взаємодія елементів інфраструктури товарного ринку. Регулююча, розподільча, контролююча та стимулююча функції інфраструктури товарного ринку. Показники оцінювання стану та розвитку інфраструктури товарного ринку. Проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку. Особливості формування інфраструктури товарних ринків економічно розвинених країн і вітчизняного товарного ринку. Шляхи подолання кризових явищ у функціонуванні інфраструктури товарного ринку.

### **Тема 3. Принципи й особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку.**

Маркетингові посередники як підґрунтя інфраструктури товарного ринку. Функції та завдання маркетингових посередників у межах товарного ринку. Типи маркетингових посередників. Маркетингові та інформаційно-комерційні центри як складові інфраструктури товарного ринку. Маркетингова концепція розвитку суб'єктів інфраструктури. Класифікація суб'єктів товарного ринку за орієнтацією на збут і маркетинг. Застосування ринковими суб'єктами маркетингової концепції як засобу досягнення стійких конкурентних позицій на ринку.

Принципи діяльності маркетингових посередників. Сутність понять: окупність, прибутковість, стратегічний і тактичний підходи, планування і контроль маркетингової діяльності. Особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку.

### **Тема 4. Організація та функціонування оптової торгівлі.**

Передумови виникнення оптової ланки торгівлі. Оптова торгівля як ефективний інструмент доведення товарів від виробника до кінцевого споживача. Розподільчі, маркетингові, посередницькі та інші функції оптової торгівлі. Особливості оптової торгівлі продукцією виробничо-технічного призначення. Завдання та функції оптових підприємств, що здійснюють постачання та розподіл



товарів виробничого призначення. Особливості товарів виробничого призначення. Характеристика основних видів оптової торгівлі. Основні макроекономічні показники оптової торгівлі. Урахування результатів діяльності оптової торгівлі у валовому національному та валовому внутрішньому продуктах. Оптова торгівля як суб'єкт формування національного доходу та національного багатства країни.

## **Тема 5. Підприємства оптової торгівлі.**

Види підприємств оптової торгівлі. Класифікація підприємств оптової торгівлі за сферою діяльності, дислокацією, розмірами, товарною спеціалізацією. Організаційно-правові форми підприємств оптової торгівлі. Особливості створення та функціонування підприємств оптової торгівлі у вигляді акціонерного товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, державного підприємства та змішаних форм.

Загальна характеристика діяльності підприємств оптової торгівлі. Основні завдання оптових підприємств на товарному ринку. Організаційні, реалізаційні та посередницькі функції підприємств оптової торгівлі.

## **Змістовий модуль 2. Характеристика та оцінка ролі посередників в інфраструктурі товарного ринку**

### **Тема 1. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність.**

Сутність виробничих процесів у підприємствах торгівлі. Необхідність та передумови використання виробничих процесів у торгівлі. Види виробничих процесів у підприємствах торгівлі. Роль і функції складів у процесі товароруку. Основні завдання складського господарства на товарному ринку. Види товарних складів. Класифікація складів залежно від типів споруд, асо Сутність транспортно-експедиційних операцій.

Роль транспорту у процесі товарообігу. Транспорт як категорія матеріального виробництва. Функції транспорту на товарному ринку. Організація перевезень



товарів. Аналіз технічних можливостей і добір конкретного виду транспорту залежно від об'єктів транспортування та комерційних завдань суб'єкта товарного ринку. Витрати, пов'язані з транспортуванням. Методи завою товарів.

## **Тема 2. Роздрібна торгівля.**

Сутність роздрібно торгівлі. Роздрібна торгівля як елемент організованого товарного ринку. Завдання роздрібно торгівлі. Ознаки та форми роздрібно торгівлі. Чинники, що відрізняють роздрібно торгівлю від інших видів торговельного підприємництва. Класифікація підприємств роздрібно торгівлі на основі особливостей функціонування та залежно від пропонованих товарів. Функції та послуги суб'єктів роздрібно торгівлі. Організація роздрібно торгівлі. Організаційні форми роздрібних торговельних підприємств та їх особливості. Маркетингові рішення у роздрібній торгівлі. Комплекс маркетингу підприємства роздрібно торгівлі. Стратегічні та тактичні прийоми, до яких вдаються підприємства роздрібно торгівлі.

## **Тема 3. Біржова діяльність.**

Сутність біржово торгівлі та її роль у ринковій економіці. Товарна біржа як об'єднання комерційних посередників. Біржа як некомерційний суб'єкт товарного ринку. Види бірж та правові засади їх діяльності в Україні. Класифікація бірж на основі визначеного об'єкта торгів. Порядок створення й організація діяльності товарної біржі. Організаційно-правові основи функціонування бірж як ринкових суб'єктів. Функції та завдання структурних підрозділів товарних бірж. Біржові товари. Сутність реального товару та товарного зразка. Способи роботи з товарами в процесі біржово торгівлі. Особливості біржових угод на товарній біржі.

## **Тема 4. Лізинг.**

Визначення та економічне значення лізингу. Лізинг як форма вкладання коштів в основні фонди без одноразової мобілізації власних або залучених коштів. Переваги



використання лізингу для суб'єктів товарного ринку.

Класифікаційна характеристика видів і форм лізингу.

Сутність оперативного та фінансового лізингу. Доцільність

використання конкретного виду лізингу залежно від завдань

суб'єкта товарного ринку. Сутність і послідовність

здійснення лізингових угод. Учасники лізингових угод.

Взаємодія між учасниками в процесі здійснення лізингових

операцій Економічні засади лізингових угод. Розрахунки

ефективності застосування лізингу порівнянно з

банківськими кредитами.

### **Тема 5. Персональний продаж.**

Сутність, форми та особливості персонального продажу.

Доцільність використання персонального продажу

суб'єктами товарного ринку. Управління персональним

продажем. Підготовка фахівців, зайнятих персональним

продажем. Стимулювання та мотивація діяльності

персональних продавців. Шляхи забезпечення продажу

комерційно перспективних товарів засобами персонального

продажу. Головні складові процесу персонального продажу.

Нові форми продажу товарів і послуг. Торгівля поштою:

реалізовані та нереалізовані можливості. Особливості

організації продажів за каталогами. Світові лідери

продажів за каталогами. Електронна комерція як новітня

форма продажу товарів і послуг.



## 4. Структура навчальної дисципліни

| Назви змістових<br>модулів і тем                                                                       | Кількість годин |              |    |      |      |          |              |              |    |      |      |          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|----|------|------|----------|--------------|--------------|----|------|------|----------|
|                                                                                                        | денна форма     |              |    |      |      |          | заочна форма |              |    |      |      |          |
|                                                                                                        | усього          | у тому числі |    |      |      |          | усього       | у тому числі |    |      |      |          |
|                                                                                                        |                 | л            | п  | лаб. | інд. | с.<br>р. |              | л            | п  | лаб. | інд. | с.<br>р. |
| 1                                                                                                      | 2               | 3            | 4  | 5    | 6    | 7        | 8            | 9            | 10 | 11   | 12   | 13       |
| <b>Модуль 1</b>                                                                                        |                 |              |    |      |      |          |              |              |    |      |      |          |
| <b>Змістовий модуль 1. Інфраструктура товарного ринку: сутність, принципи, основні елементи.</b>       |                 |              |    |      |      |          |              |              |    |      |      |          |
| Тема 1.<br>Сутність і характеристика товарного ринку.                                                  | 12              | 2            | 2  | -    | -    | 8        | 12           | 2            | 2  | -    | -    | 8        |
| Тема 2.<br>Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку.                        | 12              | 2            | 2  | -    | -    | 8        | 12           | 2            | 2  | -    | -    | 8        |
| Тема 3.<br>Принципи й особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку.            | 12              | 2            | 2  | -    | -    | 8        | 12           | 2            | 2  | -    | -    | 8        |
| Тема 4.<br>Організація та функціонування оптової торгівлі.                                             | 11              | 2            | 2  | -    | -    | 7        | 11           | 2            | 2  | -    | -    | 7        |
| Тема 5.<br>Підприємства оптової торгівлі.                                                              | 12              | 2            | 2  | -    | -    | 8        | 12           | 2            | 2  | -    | -    | 8        |
| Разом за змістовим модулем 1                                                                           | 59              | 10           | 10 | -    | -    | 39       | 59           | 10           | 10 | -    | -    | 39       |
| <b>Змістовий модуль 2. Характеристика та оцінка ролі посередників в інфраструктурі товарного ринку</b> |                 |              |    |      |      |          |              |              |    |      |      |          |
| Тема 1.<br>Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність.                                            | 12              | 2            | 2  | -    | -    | 8        | 12           | 2            | 2  | -    | -    | 8        |

| 1                            | 2   | 3  | 4  | 5 | 6 | 7  | 8   | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 |
|------------------------------|-----|----|----|---|---|----|-----|----|----|----|----|----|
| Тема 2. Роздрібна торгівля   | 14  | 4  | 2  | - | - | 8  | 14  | 4  | 2  | -  | -  | 8  |
| Тема 3. Біржова діяльність.  | 12  | 2  | 2  | - | - | 8  | 12  | 2  | 2  | -  | -  | 8  |
| Тема 4. Лізинг.              | 12  | 2  | 2  | - | - | 8  | 12  | 2  | 2  | -  | -  | 8  |
| Тема 5. Персональний продаж. | 11  | 2  | 2  | - | - | 7  | 11  | 2  | 2  | -  | -  | 7  |
| Разом за змістовим модулем 2 | 61  | 12 | 10 | - | - | 39 | 61  | 12 | 10 | -  | -  | 39 |
| <b>Усього годин</b>          | 120 | 22 | 20 | - | - | 78 | 120 | 22 | 20 | -  | -  | 78 |
| <b>Модуль 2</b>              |     |    |    |   |   |    |     |    |    |    |    |    |
| ІНДЗ                         | -   | -  | -  | - | - | -  | -   | -  | -  | -  | -  | -  |
| <b>Усього годин</b>          | 120 | 42 | 20 | - | - | 78 | 120 | 22 | 20 | -  | -  | 78 |

## 5. Теми практичних занять

| № з/п                                                                                           | Назва теми                                                                               | Кількість годин |              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|
|                                                                                                 |                                                                                          | денна форма     | заочна форма |
| Змістовий модуль 1. Інфраструктура товарного ринку: сутність, принципи, основні елементи.       |                                                                                          |                 |              |
| 1                                                                                               | Тема 1. Сутність і характеристика товарного ринку.                                       | 2               | 2            |
| 2                                                                                               | Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку.             | 2               | 2            |
| 3                                                                                               | Тема 3. Принципи й особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку. | 2               | 2            |
| 4                                                                                               | Тема 4. Організація та функціонування оптової торгівлі.                                  | 2               | 2            |
| 5                                                                                               | Тема 5. Підприємства оптової торгівлі.                                                   | 2               | 2            |
| Змістовий модуль 2. Характеристика та оцінка ролі посередників в інфраструктурі товарного ринку |                                                                                          |                 |              |
| 6                                                                                               | Тема 1. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність.                                 | 2               | 2            |
| 7                                                                                               | Тема 2. Роздрібна торгівля                                                               | 2               | 2            |
| 8                                                                                               | Тема 3. Біржова діяльність.                                                              | 2               | 2            |
| 9                                                                                               | Тема 4. Лізинг.                                                                          | 2               | 2            |
| 10                                                                                              | Тема 5. Персональний продаж.                                                             | 2               | 2            |
|                                                                                                 | Разом                                                                                    | 20              | 20           |



## 6. Самостійна робота

Розподіл годин самостійної роботи для студентів денної :

Підготовка до аудиторних занять – 0,5 год/1 год. занять.

Підготовка до контрольних заходів – 6 год. на 1 кредит ЄК.

### 6.1. Завдання для самостійної роботи

| № з/п | Назва теми                                                           | Кількість годин |              |
|-------|----------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|
|       |                                                                      | денна форма     | заочна форма |
| 1     | Види ринкових процесів на товарному ринку                            | 5               | 8            |
| 2     | Оцінка стану інфраструктури товарного ринку                          | 6               | 8            |
| 3     | Обґрунтування рішення щодо вибору посередників                       | 5               | 8            |
| 4     | Особливості організації оптового ринку                               | 5               | 7            |
| 5     | Аналіз показників діяльності оптового ринку                          | 6               | 8            |
| 6     | Оцінка транспортної системи України                                  | 6               | 8            |
| 7     | Нормативно-правові засади діяльності підприємств роздрібної торгівлі | 6               | 8            |
| 8     | Переваги та недоліки використання лізингу в умовах економічної кризи | 5               | 8            |
| 9     | Історія розвитку бірж та їх еволюція в системі ринкових відносин.    | 5               | 7            |
| 10    | Нові форми продажу товарів і послуг.                                 | 5               | 8            |
|       | Підготовка до контрольних заходів                                    | 24              | -            |
|       | Разом                                                                | 78              | 78           |

## 7. Методи навчання

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

## 8. Методи контролю

Підсумковий контроль (40 балів): **екзамен** письмовий тестовий в ЦНО в кінці 1 семестру.

Поточний контроль (60 балів): тестування, опитування, поточний модульний контроль.



## 9. Розподіл балів, які отримують студенти

### Для екзамену

| Поточне тестування та самостійна робота |    |    |    |    |    |    |    |    |     | Підсумковий тест (екзамен) | Сума |
|-----------------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|----------------------------|------|
| T1                                      | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 | T7 | T8 | T9 | T10 | 40                         | 100  |
| 6                                       | 6  | 6  | 6  | 6  | 6  | 6  | 6  | 6  | 6   |                            |      |

T1, T2 ... T12 – теми змістових модулів.

### Шкала оцінювання

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка за національного шкалою                             |                                                             |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
|                                              | для екзамену, курсового проекту (роботи), практики         | для заліку                                                  |
| 90-100                                       | відмінно                                                   | зараховано                                                  |
| 82-89                                        | добре                                                      |                                                             |
| 74-81                                        |                                                            |                                                             |
| 64-73                                        | задовільно                                                 |                                                             |
| 60-63                                        |                                                            |                                                             |
| 35-59                                        | незадовільно з можливістю повторного складання             | не зараховано з можливістю повторного складання             |
| 0-34                                         | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |



1. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/metods/>

Мальчик, М. В., Гонтаренко, Н. А., Мартинюк, О. В., Попко, О. В., Толчанова, З. О. (2015) МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ про самостійну роботу студентів з фахової підготовки на базі використання сучасних методів навчання (новітніх інформаційних та комунікаційних технологій) для студентів напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» денної форми навчання.

2. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/metods/>

2. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/metods/>

Мальчик, М. В. and Коваль, С. І. (2014) МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ до виконання практичних занять із навчальної дисципліни "Маркетинг" студентами напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг" денної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua>

3. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/metods/>

Мальчик, М. В. and Коваль, С. І. (2014) МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ до виконання самостійної роботи із навчальної дисципліни "Маркетинг" студентами напряму підготовки 6.030507 "Маркетинг" денної форми навчання. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua>

4. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/metods/>



## 11. Рекомендована література

### Базова

1. Белявцев М.І., Шестопалова Л.В. Інфраструктура товарного ринку : навч. посіб. / М.І. Белявцев, Л.В. Шестопалова. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 416 с.
2. Інфраструктура товарного ринку. Навчальний посібник / О.В. Прокопенко., В.Ю. Школа., О.О. Дегтяренко., С.М. Махнуша– К.: Центр учбової літератури, 2007. – 296 с.
3. Інфраструктура товарного ринку: непродовольчі товари: підручник / За ред. О.О. Шубіна. — К.: Знання, 2009. — 702 с.
4. Інфраструктура товарного ринку: продовольчі товари: підручник / За ред. О.О. Шубіна. — К.: Знання, 2009. — 564 с.
5. Інфраструктура товарного ринку: теоретичні засади: підручник / За ред. О.О. Шубіна. — К.: Знання, 2009. — 379 с.
6. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.

### Допоміжна

1. Балабанова Л.В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: Навчальний посібник/ Л.В. Балабанова, А.М. Германчук. - К.: ВД "Професіонал", 2004. - 288 с.
2. Дашков Л. П., Памбухчиянц В. К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий. – М: Дашков и Ко, 2006. – 520 с.
3. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навчальний посібник/ М.М. Єрмошенко. - К.: НАУ, 2003. - 345 с.
4. Комерційна діяльність посередницьких підприємств: підручник/ І. М. Грищенко. - К.: Грамота, 2009
5. Котлер Ф. Маркетинг по Котлеру: Как создать, завоевать и удержать рынок/ Ф. Котлер. - 2-е изд. исправленное. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 296 с.



## Електронний репозиторій НУВГП

1. Мальчик, М. В. and Гонтаренко, Н. А. and Король, Б. О. and Попко, О. В. and Толчанова, З. О. and Мартинюк, О. В. and Коваль, С. І. (2014) *Маркетинг*. НУВГП, Рівне, Україна.. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/view/subjects/np.html>
2. Савіна, Н. Б. and Костюкевич, А. М. (2013) *Основи підприємництва та маркетингу*. НУВГП, Рівне, Україна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/view/subjects/np.html>

## 12. Інформаційні ресурси

1. Кабінет Міністрів України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/>
2. Законодавство України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.kiev.ua/>
3. Державний комітет статистики України / [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>
5. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека (м. Рівне, майдан Короленка, 6) / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.libr.rv.ua/>
6. Рівненська централізована бібліотечна система (м. Рівне, вул. Київська, 44) / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cbs.rv.ua/>
7. Ціфровий репозиторій ХНУГХ ім. А.Н. Бекетова / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/>
8. Ціфровий репозиторій Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна / [Електронний ресурс]. –



Національний університет

водного господарства

та природокористування

<http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/568>

9. Наукова бібліотека НУВГП (м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75) / [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://nuwm.edu.ua/naukova-biblioteka>

[http://nuwm.edu.ua/MySQL/page\\_lib.php](http://nuwm.edu.ua/MySQL/page_lib.php)



Національний університет  
водного господарства  
та природокористування