

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Донецкий государственный университет»

Экономический факультет  
Кафедра маркетинга и логистики



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор

*Машаров*

П. А. Машаров

29 марта 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ИНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РЫНКА**

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление
Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки	Маркетинг
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная, очно-заочная

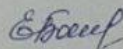
Рабочая программа адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

Рабочая программа дисциплины «Инфраструктура товарного рынка» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (Профиль: Маркетинг) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от «12» августа 2020 г. № 970 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:

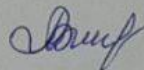
доцент кафедры маркетинга и логистики  
канд. экон. наук



Е. В. Божко

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики.  
Протокол от 26.03.2024 г. № 8а.

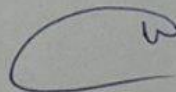
Заведующий кафедрой



Т. В. Ибрагимхалилова

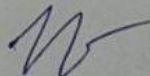
СОГЛАСОВАНО:

Декан экономического факультета  
28.03.2024 г.



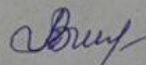
Ю. Н. Полшков

Учебно-методическая комиссия экономического факультета.  
Протокол от 27.03.2024 г. № 7.  
Председатель



Е. Н. Стрелина

Руководитель основной профессиональной образовательной программы,  
д-р экон. наук, доц.  
26.03.2024 г.



Т. В. Ибрагимхалилова

## 1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

**1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:**

дисциплины программы бакалавриата: «Основы маркетинга», «Товароведение», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинговые исследования», «Современные технологии», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Экономика предприятий и организаций», «Бизнес-планирование», «Управление продажами»

**1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:**

дисциплины программы бакалавриата: «Методы принятия управленческих решений», «Стратегический менеджмент», «Основы управления качеством», «Логистика», «Маркетинговое ценообразование», «Промышленный маркетинг», «Маркетинговая товарная политика», «Брендинг», «Стратегический маркетинг», «Маркетинг территорий», «Маркетинговая политика распределения», производственная практика: технологическая практика, производственная практика: преддипломная практика, выпускная квалификационная работа.

## 2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	38.03.02 Менеджмент (Профиль: Маркетинг)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ОВ.21 «Инфраструктура товарного рынка»
Часть образовательной программы	Вариативная часть: выбор вуза
Количество зачетных единиц / всего часов	4 / 144

### 2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	3	6	30	15	30	69	144	экзамен
Очно-заочная	4	7	10	6	6	122	144	экзамен

## 3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование у будущего специалиста в сфере маркетинга знаний, умений и навыков, позволяющих принимать маркетинговые решения, связанные с современной концепцией инфраструктуры товарного рынка, ее применением в ходе хозяйственной деятельности предприятий в целях решения маркетинговых задач, а также направленные на дальнейшее развитие действующих элементов инфраструктурного комплекса предприятий в сфере маркетинга.

#### 4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

##### 4.1. Компетенции

ПК-4. Способен оперативно формировать, анализировать, и прогнозировать товарные рынки и цены на товары, работы и услуги.

##### 4.2. Индикаторы компетенций

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
<b>ПК-4.</b> Способен оперативно формировать, анализировать, и прогнозировать товарные рынки и цены на товары, работы и услуги.	<b>ПК-4.1.</b> Понимает принципы проведения маркетингового исследования	<b>ПК-4.1.1.</b> <i>Знает</i> нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность
		<b>ПК-4.1.2.</b> <i>Знает</i> принципы системного анализа
		<b>ПК-4.1.3.</b> <i>Знает</i> методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов
		<b>ПК-4.1.4.</b> <i>Умеет</i> применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования
		<b>ПК-4.1.5.</b> <i>Умеет</i> определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования
		<b>ПК-4.1.6.</b> <i>Умеет</i> подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования
		<b>ПК-4.1.7.</b> <i>Умеет</i> анализировать текущую рыночную конъюнктуру
		<b>ПК-4.1.8.</b> <i>Умеет</i> составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования
	<b>ПК-4.2.</b> Демонстрирует способность проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	<b>ПК-4.2.1.</b> <i>Знает</i> нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность
		<b>ПК-4.2.2.</b> <i>Знает</i> рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики
		<b>ПК-4.2.3.</b> <i>Знает</i> особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг
		<b>ПК-4.2.4.</b> <i>Знает</i> методы проведения маркетингового исследования
		<b>ПК-4.2.5.</b> <i>Знает</i> психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях
		<b>ПК-4.2.6.</b> <i>Знает</i> методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства
		<b>ПК-4.2.7.</b> <i>Умеет</i> систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации
		<b>ПК-4.2.8.</b> <i>Умеет</i> использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков

		<b>ПК-4.2.9.</b> Умеет работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования
		<b>ПК-4.2.10.</b> Умеет проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга
		<b>ПК-4.2.11.</b> Умеет создавать отчеты по результатам маркетингового исследования
		<b>ПК-4.2.12.</b> Умеет давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга

## 5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Темы	Вопросы темы
<b>Содержательный модуль 1. Сущность инфраструктуры товарного рынка</b>	
Тема 1. Инфраструктура товарного рынка: сущность, состав и проблемы развития	1. Сущность и значение инфраструктуры товарного рынка в рыночной экономике 2. Особенности деятельности субъектов инфраструктуры товарного рынка 3. Составляющие элементы инфраструктуры товарного рынка 4. Функции инфраструктуры товарного рынка 5. Маркетинговые посредники как основа инфраструктуры товарного рынка 6. Показатели оценки состояния и развития инфраструктуры товарного рынка 7. Маркетинговая концепция развития субъектов инфраструктуры товарного рынка
Тема 2. Принципы и особенности деятельности маркетинговых посредников на товарном рынке	1. Маркетинговые посредники как основа инфраструктуры товарного рынка. Роль торговли в развитии рыночной экономики 2. Особенности маркетинговой деятельности торговых посредников на товарном рынке
Тема 3. Организация посреднической деятельности на товарном рынке	1. Организация оптовых закупок товаров 2. Организация оптовой продажи товаров покупателям 3. Кооперация в оптовой торговле 4. Характеристика договорных взаимоотношений между производителями и оптовыми посредниками
<b>Содержательный модуль 2. Экономические основы деятельности субъектов инфраструктурного комплекса</b>	
Тема 4. Производственная и транспортно-экспедиционная деятельность	1. Сущность производственной деятельности в сфере обращения 2. Характеристика транспортно-экспедиционной деятельности
Тема 5. Торгово-посредническая деятельность на товарном рынке	1. Сущность торгово-посреднической деятельности по перепродаже товаров: а) перепродажа товаров от имени или по поручению товаропроизводителя;

	б) комиссионная и консигнационная торговля; в) другие виды перепродажи по поручению второй стороны (аукционы, оптовые и розничные рынки). 2. Взаимоотношения торговых посредников с принципалом (производителем товаров или оптовым предприятием).
Тема 6. Информационная и организационно-коммерческая деятельность	1. Сущность информационной и организационно-коммерческой деятельности. Информационное и консультационное обслуживание производства 2. Понятие об информационных продуктах и услугах 3. Место и роль информационно-консультационных центров на товарном рынке 4. Организационно-коммерческие услуги: виды, организация предоставления 5. Информационная и организационно-коммерческая деятельность торгово-промышленных палат
Тема 7. Организаторы оптового оборота товаров и услуг	1. Товарная биржа как организатор оптовой торговли 2. Аукционы: сущность, виды, порядок проведения 3. Выставки, ярмарки – сущность, цели, виды, порядок проведения 4. Оптовые продовольственные рынки в комплексе инфраструктуры товарного рынка 5. Кооперация в оптовой торговле 6. Организация оптовой закупки товаров 7. Организация оптовой продажи товаров
Тема 8. Организаторы розничного оборота товаров и услуг	1. Сущность, признаки и формы розничной торговли. Функции розничной торговли 2. Виды предприятий розничной торговли 3. Маркетинговые решения розничной торговли. Особенности формирования товарного ассортимента на предприятиях розничной торговли 4. Система услуг в розничной торговле как способ стимулирования продаж товаров 5. Роль мерчендайзинга в активизации продажи товаров 6. Персональная продажа
Тема 9. Лизинг	1. Понятие, специфические черты и функции лизинга 2. Признаки классификации лизинга 3. Понятие и свойства финансового и оперативного лизинга 4. Преимущества лизинга для сторон соглашения. Недостатки лизинга
Тема 10. Современные тенденции развития инфраструктуры товарного рынка	1. Цифровизация отраслей и сфер деятельности 2. Информационные технологии и информационная безопасность 3. Новые формы продажи товаров и услуг: электронная торговля, маркетплейсы 4. Современные проблемы развития инфраструктуры товарного рынка

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Форма обучения – очная, курс – 3, семестр – 6

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
<b>Содержательный модуль 1. СУЩНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТОВАРНОГО РЫНКА</b>					
Тема 1. Инфраструктура товарного рынка: сущность, состав и проблемы развития	2	1	2	3	8
Тема 2. Принципы и особенности деятельности маркетинговых посредников на товарном рынке	2	1	2	3	8
Тема 3. Организация посреднической деятельности на товарном рынке	2	1	2	3	8
<b>Итого по содержательному модулю 1</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>24</b>
<b>Содержательный модуль 2. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ИНФРАСТРУКТУРНОГО КОМПЛЕКСА</b>					
Тема 4. Производственная и транспортно-экспедиционная деятельность	4	1	4	1	10
Тема 5. Торгово-посредническая деятельность на товарном рынке	4	2	4	10	20
Тема 6. Информационная и организационно-коммерческая деятельность	2	2	2	14	20
Тема 7. Организаторы оптового оборота товаров и услуг	4	2	4	10	20
Тема 8. Организаторы розничного оборота товаров и услуг	4	2	4	10	20
Тема 9. Лизинг	4	2	4	10	20
Тема 10. Современные тенденции развития инфраструктуры товарного рынка	2	1	2	5	10
<b>Итого по содержательному модулю 2</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>24</b>	<b>60</b>	<b>120</b>
<b>Всего по компоненту ОПОП</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>30</b>	<b>69</b>	<b>144</b>

### 6.2 Форма обучения – очно-заочная, курс – 4, семестр – 7

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
<b>Содержательный модуль 1. СУЩНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТОВАРНОГО РЫНКА</b>					
Тема 1. Инфраструктура товарного рынка: сущность, состав и проблемы развития	1	0,5	0,5	6	8
Тема 2. Принципы и особенности деятельности маркетинговых посредников на товарном рынке	1	0,5	0,5	6	8
Тема 3. Организация посреднической деятельности на товарном рынке	1	0,5	0,5	6	8
<b>Итого по содержательному модулю 1</b>	<b>3</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>18</b>	<b>24</b>
<b>Содержательный модуль 2. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ИНФРАСТРУКТУРНОГО КОМПЛЕКСА</b>					
Тема 4. Производственная и транспортно-экспедиционная деятельность	1	0,5	0,5	8	10
Тема 5. Торгово-посредническая деятельность на товарном рынке	1	0,5	0,5	18	20
Тема 6. Информационная и организационно-коммерческая деятельность	1	0,5	0,5	18	20
Тема 7. Организаторы оптового оборота	1	1	1	17	20



товаров и услуг					
Тема 8. Организаторы розничного оборота товаров и услуг	1	1	1	17	20
Тема 9. Лизинг	1	0,5	0,5	18	20
Тема 10. Современные тенденции развития инфраструктуры товарного рынка	1	0,5	0,5	18	10
<b>Итого по содержательному модулю 2</b>	<b>7</b>	<b>4,5</b>	<b>4,5</b>	<b>104</b>	<b>120</b>
<b>Всего по компоненту ОПОП</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>122</b>	<b>144</b>

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 7.1. Контрольные вопросы

#### СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 1. СУЩНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТОВАРНОГО РЫНКА

1. Сущность, виды, типы и уровни категории «инфраструктура». Классификация инфраструктуры.
2. Характеристика производственной, социально-бытовой и рыночной инфраструктуры
3. Характеристика составляющих элементов рыночной инфраструктуры. Функции рыночной инфраструктуры.
4. Сущность рынка как экономической категории. Экономические функции рынка.
5. Классификационные признаки и виды рынков.
6. Субъекты и объекты товарного рынка. Виды ассортимента.
7. Товар как экономическая категория и объект исследования в маркетинге. Классификация товаров.
8. Признаки и показатели функционирования товарного рынка.
9. Сущность, структура и классификация товарных рынков.
10. Основные функции и особенности товарного рынка, его преимущества.
11. Формы и методы регулирования товарного рынка.
12. Понятие об инфраструктуре товарного рынка, ее элементы. Функции инфраструктуры товарного рынка.
13. Характеристика составляющих инфраструктуры товарного рынка по специализации.
14. Показатели оценки состояния развития инфраструктуры товарного рынка.
15. Проблемы развития инфраструктуры товарного рынка.
16. Понятие о маркетинговых посредниках, их виды.
17. Сущность коммерческого посредничества, основные типы посредников.
18. Формирование взаимоотношений коммерческих посредников и клиентов.
19. Содержание договора о предоставлении посреднику права на перепродажу товаров.
20. Содержание договора комиссии.
21. Содержание договора консигнации.
22. Основные условия агентского соглашения.

#### СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 2 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ИНФРАСТРУКТУРНОГО КОМПЛЕКСА



1. Сущность и назначение информационной деятельности и организационно-коммерческой деятельности на товарном рынке.
2. Понятие об информационных продуктах и услугах, их виды.
3. Характеристика организационно-коммерческой деятельности ярмарок: сущность, история развития, классификация, организация проведения.
4. Содержание договора на участие в ярмарке.
5. Характеристика организационно-коммерческой деятельности выставок: сущность, история развития, классификация, организация проведения.
6. Информационная и организационно-коммерческая деятельность торгово-промышленных палат.
7. Сущность розничной торговли и основные признаки, по которым она классифицируется.
8. Основные функции розничной торговли.
9. Характеристика услуг предприятиями розничной торговли.
10. Классификация магазинов розничной торговли.
11. Специфика формирования ассортимента на предприятиях розничной торговли.
12. Маркетинговые решения в розничной торговле.
13. Мерчандайзинг в розничной торговле: сущность, принципы и способы использования.
14. Сущность биржевой торговли, отличительные признаки от других форм торговли. Эволюция развития биржевой торговли.
15. Функции товарных бирж как формы организованного товарного рынка. Признаки классификации товарных бирж.
16. Характеристика участников биржевых торгов и биржевого товара.
17. Организационная структура управления товарной биржей. Характеристика процесса биржевых торгов.
18. Сущность фьючерсных операций на товарной бирже.
19. Спекулятивные операции на бирже.
20. Виды биржевых операций с реальным товаром.
21. Понятие и виды биржевых опционных операций.
22. Понятие о хеджировании, виды хеджирования.
23. Основные цели проведения биржевых операций.
24. Виды и содержание документов, регулирующих взаимоотношения брокера с клиентами.
25. Сущность брокерской деятельности на товарной бирже. Структура и функции брокерской конторы.
26. Основные функциональные виды торгово-посреднических операций брокерских контор на товарной бирже.
27. Характеристика взаимоотношений брокера с клиентами.
28. Понятие, специфические черты и функции лизинга.
29. Признаки классификации и виды лизинга.
30. Сущность и качественные характеристики финансового лизинга.
31. Понятие и отличительные свойства оперативного лизинга.
32. Преимущества лизинга для сторон сделки. Недостатки лизинга.
33. Характеристика видов и форм лизинга в мировой практике.
34. Перспективы развития лизинговой деятельности в мире.
35. Характеристика нормативно-правовой базы отношений субъектов лизинга.
36. Основные условия типового договора лизинга.
37. Механизм заключения лизинговой сделки.
38. Назначение и виды лизинговых платежей.
39. Порядок расчета величины лизингового платежа.

40. Сущность, формы и различия персональной продажи. Характеристика этапов организации персональной продажи.
41. Характеристика операций, из которых складывается процесс персональной продажи.
42. Содержание общих требований к торгового агента.
43. Причины появления новых форм продаж, их особенности.
44. Роль и место персональной продажи в многоуровневом маркетинге.

## 7.2. Темы докладов (рефератов)

1. Сущность и содержание инфраструктуры как объективного элемента рыночной системы.
2. Место инфраструктуры в системе производственно-экономических отношений.
3. Роль инфраструктуры товарного рынка для экономики страны.
4. Характеристика основных элементов инфраструктуры товарного рынка. Взаимосвязь и взаимозависимость между ними.
5. Проблемы развития инфраструктуры товарного рынка на современном этапе.
6. Макроэкономические показатели рыночной инфраструктуры.
7. Маркетинговые посредники как основа инфраструктуры товарного рынка.
8. Торговая деятельность как составляющая маркетинга.
9. Роль торговли в развитии рыночной экономики, ее функции.
10. Факторы, влияющие на развитие торговли.
11. Особенности маркетинговой деятельности торговых посредников на товарном рынке.
12. Организация оптовых закупок товаров.
13. Организация оптовой продажи товаров покупателям.
14. Кооперация в оптовой торговле.
15. Сущность франчайзинга и основные сферы его использования.
16. Особенности договорных взаимоотношений между консигнантом и консигнатором.
17. Содержание договора комиссии.
18. Специфика агентского соглашения.
19. Организация коммерческих связей между производителем и дистрибьютором.
20. Критерии выбора торгового посредника.
21. Сущность и виды производственной деятельности в сфере обращения.
22. Условия предоставления производственных услуг.
23. Характеристика транспортно-экспедиционной деятельности.
24. Методы транспортного обслуживания потребителей.
25. Понятие о маршрутизации. Зоны рационального обслуживания потребителей.
26. Характеристика этапов разработки согласованных графиков доставки продукции потребителям.
27. Принципы организации торгово-посреднической деятельности на товарном рынке.
28. Определение объемов торгово-посреднической деятельности.
29. Ценообразование в торгово-посреднической деятельности.
30. Виды скидок, используемых в торговле.
31. Сущность и назначение информационной и организационно-коммерческой деятельности.
32. Условия предоставления информационных и организационно-коммерческих услуг.
33. Товарная биржа как организатор оптовой торговли.
34. Аукционы: сущность, виды, порядок проведения.

35. Ярмарки (выставки) – сущность, цели, виды, порядок проведения.
36. Оптовые рынки в комплексе инфраструктуры товарного рынка.
37. Сущность и виды розничной торговли.
38. Виды розничных торговых предприятий.
39. Организация работы на розничном предприятии по закупке, хранению и продаже товаров потребителям.
40. Стратегии развития розничной торговли.
41. Маркетинговые решения в розничной торговле.
42. Сущность и задачи персональной продажи товаров
43. Основные этапы эффективной персональной продажи и их содержание.
44. Привлечение, отбор и организация работы торговых агентов для осуществления персональных продаж товаров.
45. Сущность лизинговой деятельности.
46. Виды и формы лизинга.
47. Правовые аспекты и экономические основы лизинговой деятельности.
48. Механизм расчета лизинговых платежей.
49. Опыт организации лизинговых операций в ДНР и за рубежом.
50. Цифровизация отраслей и сфер деятельности
51. Информационные технологии и информационная безопасность
52. Новые формы продажи товаров и услуг: электронная торговля, маркетплейсы
53. Современные проблемы развития инфраструктуры товарного рынка

### 7.3. Темы письменных работ (типы задач)

Модульная контрольная работа проводится в виде тестирования на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета ФГБОУ ВО «ДонГУ».

Тестирование включает 20 тестовых заданий по темам 1-10.

Время выполнения – 60 минут.

Пример тестового задания приведен ниже.

Инфраструктура товарного рынка

ЦДО\_ЭФ > ITR\_Marketing > Рабочие тетради > Модульная контрольная работа

Обновить Рабочую тетрадь

Проверить тетради (1)

**МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**  
по дисциплине «Инфраструктура товарного рынка»  
Вариант № 1

**Тест 1.** Основная цель посредника заключается в том, что он:

- 1) функционирует в интересах своих контрагентов и в своих собственных интересах с целью получения соответствующей прибыли;
- 2) в основном приобретают право собственности на товары;
- 3) разделяет риск с производителями товаров в связи с возможной их не продажей или продажей по ценам, не обеспечивающим необходимый уровень прибыли;
- 4) органическая часть торгово-распределительной системы, эффективно содействующая продвижению товаров от производителя к потребителю;
- 5) результат действия объективных законов товарного производства и обращения, формирования реальных потребностей хозяйствующих субъектов.

### Критерии оценивания модульной контрольной работы

Вид задания	Количество баллов
Количество тестов	20
Тестовые задания	1 x 20 = 20
<b>Всего</b>	<b>20</b>

В ходе изучения дисциплины студенты выполняют индивидуальное задание по изучаемым темам дисциплины. Требования к содержанию и оформлению задания, а также

критерии его оценивания размещаются в дистанционном курсе «Инфраструктура товарного рынка» на ЦДО экономического факультета.

#### **7.4. Образец содержания экзаменационного билета**

Донецкий государственный университет  
Экономический факультет  
Кафедра маркетинга и логистики

Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки	Маркетинг
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Семестр	Шестой
Дисциплина	Инфраструктура товарного рынка

Билет № n

**Теоретическое задание 1.** Понятие и экономическое содержание рынка

**Теоретическое задание 2.** Товарная биржа как организатор оптовой торговли

**Практическое задание.** Перед оптовым предприятием возникла проблема в каком соотношении закупать товары А и В. Можно закупить 7 тыс. единиц товара А и 5 тыс. единиц товара В всего за 39 тыс. у. д. ед., а можно, наоборот, закупить 5 тыс. единиц товара А и 7 тыс. единиц товара В. Торговое предприятие остановилось на первом варианте, так как при этом экономится сумма, достаточная для закупки 3 тыс. единиц товара А. Сколько стоят единицы товара А и В?

#### **Тесты:**

**Тест 1.** Для того чтобы совершился обмен, необходимо соблюдение следующих условий (указать лишнее):

- 1) сторон, вступающих в обмен, должно быть как минимум две (продавец и покупатель);
- 2) каждая сторона должна располагать чем-то, что могло бы заинтересовать другую сторону;
- 3) одна из сторон может быть не способна осуществить коммуникацию и доставку своего товара;
- 4) каждая сторона должна быть свободной в принятии или отклонении предложения другой стороны;
- 5) каждая сторона должна быть уверена в целесообразности или желательности иметь дело с другой стороной.

**Тест 2.** Материальная база рыночной инфраструктуры представляет собой:

- 1) систему, обеспечивающую быстрый и свободный доступ к различным данным: учетным, статистическим, экономическим и коммерческим;
- 2) совокупность государственных и частных структур, обеспечивающих обращение денег и товаров (предприятий оптовой торговли, транспортных предприятий, коммерческих банков, рекламных и страховых агентств, бирж, брокерских контор и т.д.);
- 3) складское и тарное хозяйство, сеть дорог, транспортные средства, средства связи и прочие виды, которые обеспечивают необходимую для рынка скорость обращения товаров и денег, а также передачу и получение коммерческой информации;

- 4) различные по объемам и видам операций коммерческие банки и кредитно-сберегательные учреждения;
- 5) полного ответа нет.

**Тест 3.** Организацию и проведение периодических торговых мероприятий относят к:

- 1) работам, связанным с торгово-посреднической деятельностью;
- 2) механизированным, автоматизированным работам;
- 3) работам, связанным с производственно-хозяйственной деятельностью;
- 4) все ответы верные;
- 5) верных ответов нет.

**Тест 4.** Стратегию единичных поставщиков целесообразно выбирать, если для торгового предприятия значимы следующие аспекты:

- 1) достижение взаимопонимания между торговым предприятием и данным поставщиком, их эффективное взаимодействие в вопросах маркетинга, логистики и др.;
- 2) существенно расширяются ассортиментные возможности закупок;
- 3) ценовые уступки со стороны конкретного поставщика в обмен на обещание осуществлять закупки данного товара только у него;
- 4) пункты 1 и 2;
- 5) пункты 1 и 3.

**Тест 5.** Товарооборот относят к:

- 1) показателям эффективности работы торгового предприятия;
- 2) относительным показателям;
- 3) показателям объемов и результатам деятельности;
- 4) все ответы верные;
- 5) верных ответов нет.

**Тест 6.** Работа независимых оптовых посредников, приобретающих право собственности на товар, за рубежом характеризуется следующими показателями:

- 1) 80% численности работников, около 50% объема продаж;
- 2) 10% численности оптово-посреднических предприятий и около 10% объема продаж;
- 3) 10% оптовых предприятий и около 35% объема оптовых продаж;
- 4) 25% численности работников и около 65% объема оптовых продаж;
- 5) 10% численности оптово-посреднических предприятий около 50% объема продаж.

**Тест 7.** Какие из приведенных особенностей характеризуют биржевую торговлю:

- 1) публичность, гласность;
- 2) наличие товара во время заключения сделки;
- 3) проведение в каком-либо отведенном для торговли месте и в удобное для посредников время;
- 4) верного ответа нет;
- 5) все ответы верные.

**Тест 8.** Родоначальником современных бирж была:

- 1) валютная биржа;
- 2) биржа реального товара;
- 3) фьючерсная биржа;
- 4) биржа труда;
- 5) фондовая биржа.

**Тест 9.** Основными функциями предприятий оптовой торговли являются:

- 1) перемещение денег от потребителя к производителю одновременно с материальными потоками и преобразованием промышленного ассортимента в торговый или потребительский;
- 2) формирование широкого, стабильного и взаимоувязанного ассортимента предложения товара, а также комплекс услуг по обслуживанию товара до, во время и после его продажи;
- 3) управление физическими материальными потоками при минимальных затратах и обеспечение гармонического равновесия между спросом и предложением;
- 4) все ответы верные;
- 5) все ответы не верны.

**Тест 10.** Показатель качества розничной торговой сети – это:

- 1) максимальный размер торговой площади одного магазина;
- 2) соотношение торгового персонала, задействованного в реализации отдельных групп товаров;
- 3) используемые формы продажи и методы обслуживания;
- 4) удельный вес специализированных магазинов в общем количестве оптовых предприятий;
- 5) пункты 1-4.

#### Критерии оценивания экзаменационного задания

Вид задания	Количество баллов
Теоретическое задание 1	10
Теоретическое задание 2	10
Практическое задание	10
10 открытых тестов	1×10=10
<b>Всего</b>	<b>40</b>

## 8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

Содержательные модули	Виды работ	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в аудитории	10
	Модульная контрольная работа	20
	<b>Итого</b>	<b>30</b>
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	10
	Самостоятельная работа	20
	<b>Итого</b>	<b>30</b>
<b>Экзамен</b>		<b>40</b>

<b>Всего</b>	<b>100</b>
--------------	------------

### Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

## 9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

1) для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.

2) для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;

2) для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;



- в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.

## 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 7-м и 5-м корпусах ДонГУ (г. Донецк, ул. Челюскинцев, 186; 189б). Для проведения лабораторных занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя, выход в Интернет – проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методическом кабинете 7-го корпуса (ауд.103).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

**Дистанционный курс** «Инфраструктура товарного рынка» для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиля «Маркетинг» доступен по ссылке на платформе Moodle Центра дистанционного обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ДонГУ»: <http://ef.donnu-support.ru/moodle/course/view.php?id=662>

## 11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### 11.1. Основная литература

1. Белявцев, М. И. Инфраструктура товарного рынка: Учеб. пособие для студентов вузов / М. И. Белявцев, Л. В. Шестопалова; Донец. нац. ун-т. - Донецк : ДонНУ, 2003. - 417 с.
2. Инновационные маркетингово-логистические стратегии формирования социально-экономических систем : монография / Т. В. Ибрагимхалилова, Н. В. Агаркова, Л. В. Балабанова [и др.] ; под общей редакцией Т. В. Ибрагимхалиловой ; Донецкий национальный университет, Экономический факультет, Кафедра маркетинга и логистики. – Донецк : ДонНУ, 2022. – 320 с.
3. Маркетинг и логистика в системе конкурентоспособного бизнеса: монография / Т. В. Ибрагимхалилова, Н. В. Агаркова, А. К. Берко [и др.] ; под общей редакцией Т. В. Ибрагимхалиловой ; Донецкий национальный университет, Экономический факультет, Кафедра маркетинга и логистики. – Донецк: ДонНУ, 2022. – 345 с.

### 11.2. Дополнительная литература

1. Брыкин, А. В. Информационно-логистическая инфраструктура рынков товаров и услуг. Государственное регулирование, методы, технологии и инструменты / А.В. Брыкин, В.В. Голубовская, В.А. Шумаев. - М.: Экономическая газета, 2021. – 288 с.
2. Голованова, С.В. Международная торговля в развитии российских товарных рынков / С.В. Голованова. - М.: Форум, 2021. – 784 с.
3. Кудрявцев, К. А. Методические вопросы порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке / К.А. Кудрявцев. - М.: Синергия, 2022. – 450 с.

4. Левицкий, Р. Ю. Анализ норм антимонопольного законодательства в отношении согласованных действий на товарных рынках / Р.Ю. Левицкий. - М.: Синергия, 2022. – 115 с.
5. Спицына, Л.Ю. Инновационная инфраструктура рынка. Учебное пособие для прикладного бакалавриата / Л. Ю. Спицына. - М.: Юрайт, 2020. – 904 с.
6. Ревенко, Л. С. Конъюнктурные исследования мировых товарных рынков / Л.С. Ревенко, А.Е. Крюков. - М.: МГИМО-Университет, 2022. – 154 с.
7. Федько, В. П. Инфраструктура товарного рынка / В.П. Федько, Н.Г. Федько. - М.: Феникс, 2022. - 512 с.
8. Хохлов, А. В. Мировые товарные рынки. Учебник / А.В. Хохлов. - М.: ГОУВПО ВАВТ Минэкономразвития России, 2021. - 264 с.
9. Ярных, Э. А. Информационная инфраструктура и статистический анализ рынка товаров и услуг / Э.А. Ярных. - М.: Финансы и статистика, 2021. - 368 с.

## 12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.

2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. –Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив** ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

9. Журнал «Товарный рынок» - <https://rve.ru/pub/id/755?ysclid=lw3lzqdnbp951324183>

10. Конъюнктура товарных рынков : специализированное аналитическое издание - <https://bik.sfu-kras.ru/elib/view?id=PRSV-kntz&ysclid=lw3m2llet3357370676>

11. Научно-практический журнал «Российское предпринимательство» - <https://1economic.ru/journals/rp?ysclid=lw3m4uidf4837960427>

12. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования» - <https://www.grebennikoff.ru/product/3>

## **9 ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).