

	<p style="text-align: center;"><b>СИЛАБУС</b>  <b>НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b>  <b>«АГРОМАРКЕТИНГ»</b></p> <p><b>Рівень вищої освіти:</b> <u>перший (бакалаврський)</u>  <b>Спеціальність:</b> <u>204 Технологія виробництва і переробки продукції тваринництва</u>  <b>Рік навчання:</b> 4-й, семестр <u>7-й</u>  <b>Кількість кредитів ECTS:</b> <u>5 кредитів</u>  <b>Назва кафедри:</b> <u>аграрного менеджменту та маркетингу</u>  <b>Мова викладання:</b> <u>українська</u></p>
<b>Лектор курсу</b>	<b>д.е.н., доцент Логоша Роман Васильович</b>
<b>Контактна інформація лектора (e-mail)</b>	<a href="mailto:Irv@vsau.vin.ua">Irv@vsau.vin.ua</a>

### ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «Агромакетинг» є вибірковою компонентою ОПП.

Загальний обсяг дисципліни 150 годин: лекції – 26 год., практичні заняття – 24 год., самостійна робота – 100 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, семінарські заняття, консультації. Підсумковий контроль – залік.

Основні положення навчальної дисципліни можуть застосовуватися при проходженні практики, подальшому навчанні на магістерському рівні вищої освіти та фаховій діяльності.

#### Призначення навчальної дисципліни

Призначення навчальної дисципліни «Агромакетинг» формує у здобувачів вищої освіти систему загальних та спеціальних компетентностей, які б дозволили демонструвати знання й розуміння теоретичних, методичних та практичних аспектів організації аграрного маркетингу.

Освітня компонента «Агромакетинг» формує уміння, навички та компетенції, необхідні для фахівця з технології виробництва і переробки продукції тваринництва.

#### Мета вивчення навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни «Агромакетинг» полягає у формуванні у здобувачів вищої освіти здатності обирати і застосовувати інструменти аграрного маркетингу у практичній діяльності сільськогосподарських підприємств.

### **Завдання вивчення дисципліни**

Завданням вивчення дисципліни є з'ясування сутності, мети, видів, принципів та особливостей аграрного маркетингу; усвідомлення ролі та значення аграрного маркетингу для розвитку національної економіки; оволодіння законодавчою базою, що регулює розвиток аграрного маркетингу в Україні; вибір найоптимальніших методів ціноутворення та побудова цінових стратегій агровиробників; з'ясування механізму координації збутової діяльності та виявлення напрямів зниження логістичних витрат; формування вмінь у використанні інструментарію комунікаційної діяльності та підтримці ефективної позиції агропродовольчих фірм на ринку.

### **ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, ЯКИХ НАБУВАЄ ЗДОБУВАЧ ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ ВІДПОВІДНО ДО ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Агромаркетинг» здобувач вищої освіти повинен сформувати такі програмні компетентності: *інтегральну компетентність (ІК)*: здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми з технології виробництва і переробки продукції тваринництва або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів зооінженерії і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

*загальні компетентності (ЗК)*:

ЗК 4. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 9. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

*спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)*:

СК 9. Здатність здійснювати контроль технологічних процесів під час виробництва та переробки продукції птахівництва.

### **ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНО ДО ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

ПРН 7. Здійснювати пошук, оброблення та узагальнення інформації із застосуванням сучасних інформаційних технологій.

ПРН 12. Застосовувати закони економіки, організації та менеджменту у виробництві та переробці продукції тваринництва.

Вивчення даної дисципліни формує у здобувачів освіти соціальні навички (*soft skills*): комунікативність (реалізується через: метод роботи в парах та групах, робота з інформаційними джерелами), робота в команді (реалізується через: метод проєктів), лідерські навички (реалізується через: робота в групах, метод проєктів).

## ПЛАН ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назви тем	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
1	Маркетинг в аграрній сфері.	4	4	10
2	Організація маркетингової діяльності в агропромислових формуваннях.	4	4	10
3	Маркетингове середовище функціонування агропромислових формувань.	4	4	20
4	Товари агропромислового виробництва, стадії його життєвого циклу і конкурентоздатність.	4	4	20
5	Організація аграрного ринку.	4	4	20
6	Розвиток ринків найважливіших видів агропромислової продукції.	6	4	20
<b>Разом</b>		<b>26</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

### Самостійна робота здобувача вищої освіти

Самостійна робота здобувача є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у вільний від обов'язкових занять час.

Самостійна робота здобувача організовується шляхом видачі індивідуального переліку питань і практичних завдань з кожної теми, які не виносяться на аудиторне опрацювання та виконання індивідуального творчого завдання (презентації, реферату).

Самостійна робота здобувача є одним із способів активного, цілеспрямованого набуття нових для нього знань та умінь. Вона є основою його підготовки як фахівця, забезпечує набуття ним прийомів пізнавальної діяльності, інтерес до творчої роботи, здатність вирішувати наукові та практичні завдання.

Виконання здобувачем самостійної роботи передбачає, за необхідності, отримання консультацій або допомоги відповідного фахівця. Навчальний матеріал навчальної дисципліни, передбачений робочою програмою для засвоєння здобувачем у процесі самостійної роботи, виноситься на поточний і підсумковий контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався під час аудиторних занять. Організація самостійної роботи здобувачів передбачає: планування обсягу, змісту, завдань, форм і методів контролю самостійної роботи, розробку навчально-методичного забезпечення; виконання здобувачем запланованої самостійної роботи; контроль та оцінювання результатів, їх систематизацію, оцінювання ефективності виконання здобувачем самостійної роботи.

## Види самостійної роботи

№ з/п	Вид самостійної роботи	Години	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Опрацювання питань, що виносяться на самостійне вивчення	30	Протягом вивчення дисципліни	Усне та письмове опитування
2	Підготовка до лекційних та практичних занять	25	щотижнево	Усне та письмове опитування
3	Підготовка індивідуальних питань з тематики дисципліни	15	щотижнево	Усне та письмове опитування
4	Індивідуальні творчі завдання (виконання презентації за заданою проблемною тематикою)	15	1 раз на семестр	Обговорення, виступ з презентацією, усний захист
5	Підготовка до тестування	15	2 рази на семестр	Тестування
<b>Разом</b>		<b>100</b>		

Індивідуальні завдання здобувач виконує самостійно під керівництвом викладача згідно з індивідуальним навчальним планом.

У випадку реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувача заняття можуть проводитись за індивідуальним графіком.

## РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### Основна література

1. Добрава Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу : навчальний посібник. Одеса :Бондаренко М.О., 2018. 305 с.
2. Логоша Р.В., Семчук І.А. Соціоекономічні основи бізнесу з виробництва біопалив на організаційному рівні. «Бізнес Інформ». 2021. № 5 (520). С. 175- 187.
3. Гончарук І.В., Логоша Р.В., Семчук І.А. Г 65 Маркетингові аспекти розвитку сільськогосподарських підприємств із виробництва біопалив: монографія. Вінниця : ТВОРИ, 2023. 264 с.
4. Майовець Є.Й. Аграрний маркетинг : навч. посіб. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с.
5. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

### Додаткова література

1. Бортник Т.І. Аграрний маркетинг : методичний посібник. Умань, КопіЦентр, 2018. 200 с
2. Гарбар Ж.В. Практики корпоративної соціальної відповідальності в аграрномусекторі України. *Colloquium-journal*. 2020. № 22 (74). Р. 10–24.
3. Голомша Н.Є. Стратегії міжнародного аграрного маркетингу: навчальний посібник. Київ : НУБіП України. 2018. 204 с.
4. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV.URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
5. Жук О.І. Особливості застосування агромаркетингу. *Маркетинг та логістика в агробізнесі* : збірник тез II Міжнародної науково-практичної

конференції. Київ : НУБіП України, 2021. С. 57-58.

6. Жураковська Л.А. Стан і перспективи розвитку малих форм господарювання в аграрному секторі України. *Проблеми економіки*. 2020. № 2. С. 104–110.

7. Кузик О.В., Майовець Є.Й. Інтегровані маркетингові комунікації в агробізнесі України. *Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки*. 2021. № 1. С. 67-73.

8. Мандич О. В. Маркетинг в агробізнесі: необхідність формування практичних моделей. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2018. Вип. 6. С. 77-80.

9. Пікулик О.І. Бізнес-середовище в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Держава та регіони*. 2021. № 2. С. 23–26.

### **Інформаційні ресурси**

1. АгроДайджест. URL : <http://agronews.ua/agrodigest>
2. Агроконсалтинг. URL : <http://www.ukragroconsult.com/ukragrokonsalt/o-kompanii>
3. Бібліотека українських підручників. Електронні дані. URL : <http://www.pidruchniki.ws>
4. <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1023-12>  
– Офіційний сайт Верховної Ради України
5. <http://www.stat.gov.ua> – Офіційний сайт Державного статистичного управління України
6. <http://www.min.gov.ua> – Офіційний сайт Кабінету міністрів України

### **СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ ДО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

У кінці семестру, здобувач вищої освіти може набрати до 60% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру, до 10% за показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності і до 30% підсумкової оцінки – за результатами підсумкового контролю.

Якщо здобувач упродовж семестру за підсумками контрольних заходів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він не допускається до заліку. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками контрольних заходів є виконання індивідуальної творчої роботи (презентації).

Під час виконання навчальних завдань, завдань контрольних заходів недопустимо порушення академічної доброчесності. Презентації та виступи мають бути авторськими та оригінальними, інформація про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності – достовірною; у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей мають бути посилання на джерела інформації з дотриманням норм законодавства про авторське право і суміжні права.

### Розподіл балів за видами навчальної роботи

№ за/п	Вид навчальної діяльності	Кількість заходів	Кількість балів за захід	Бали
<b>Атестація 1</b>				
1	Участь у дискусіях на лекційних заняттях	7	1	7
2	Участь у роботі на практичних заняттях	6	1	6
3	Виконання самостійної роботи	7	1	7
4	Виконання контрольної роботи	1	4	4
5	Індивідуальне завдання	1	6	6
	<b>Всього за атестацію 1</b>			30
<b>Атестація 2</b>				
6	Участь у дискусіях на лекційних заняттях	6	1	6
7	Участь у роботі на практичних заняттях	6	1	6
8	Виконання самостійної роботи (індивідуального творчого завдання тощо)	6	2	12
9	Виконання контрольної роботи	1	6	6
	<b>Всього за атестацію 2</b>			30
10	Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності			10
11	Підсумкове тестування (залік)			30
	<b>Разом</b>			100

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

### Відповідність шкал оцінок якості засвоєння навчального матеріалу

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для заліку
90-100	A	зараховано
82-89	B	зараховано
75-81	C	
66-74	D	
60-65	E	зараховано
35-59	FX	незараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни