

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра овочівництва і закритого ґрунту



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан агробіологічного факультету

О.Л. Тонха

« 23 »

06

2020 р.

РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри

овочівництва і закритого ґрунту

Протокол № 7 від «11» червня 2020 р.

Завідувач кафедри

І.О. Федосій

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Агробізнес і маркетинг у садівництві, овощівництві та виноградарстві

спеціальність
освітня програма
Факультет

**203 «Садівництво та виноградарство»
Садівництво та виноградарство
Агробіологічний**

Розробники: доцент, кандидат с.-г. наук Бобось Ірина Макарівна,
асистент, кандидат с.-г. наук Комар Олександр Олександрович

Київ – 2020 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Агробізнес і маркетинг у садівництві, овочівництві та виноградарстві

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	Магістр	
Спеціальність	203 «Садівництво та виноградарство»	
Освітня програма	Садівництво та виноградарство	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)		
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	1	1
Семестр	2	3
Лекційні заняття	15 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	15 год.	0 год.
Лабораторні заняття	0 год	8 год.
Самостійна робота	120 год.	104 год.
Індивідуальні завдання	0 год.	0 год.
Всього	150 год.	120 год.
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання:		
аудиторних	2 год.	
самостійної роботи студента	6 год.	

2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Мета: озброїти майбутнього фахівця сучасними теоретичними знаннями і практичними навичками з питань агробізнесу і маркетингу в плодоовочівництві.

Завдання:

- вивчення маркетингової теорії та можливості її застосування на плодоовочевому ринку;

- вивчити методичні та практичні питання маркетингового забезпечення комерційної діяльності суб'єктів ринку плодоовочевої продукції;

- формування маркетингової інформаційної системи, маркетингових досліджень, товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики виробниками, посередниками та переробниками плодоовочевої продукції;
- встановлення особливості споживання плодоовочевої продукції в Україні та світі, перспективи та тенденції на споживчому ринку;
- визначення маркетингових стратегій учасників плодоовочевого комплексу, які підвищують рівень ефективності виробництва продукції та конкурентоспроможності підприємств

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: що таке аграрне підприємництво (агробізнес); фактори, які впливають на комерційну діяльність в плодоовочівництві та його напрями. Засвоїти операції у ланцюгу комерційної діяльності у плодоовочевому секторі та ринковий підхід до здійснення комерційної діяльності. Розуміти, які суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності існують на плодоовочевому ринку. Розуміти принципи розвитку комерційної діяльності на підприємствах. Знати відмінність вітчизняного та світового виробництва плодоовочевої продукції та напрями спеціалізації плодоовочевих господарств. Знати правила та прийоми маркетингової стратегії, а саме: дослідження умов формування конкурентної переваги; дослідження ринків потенційних товарів та послуг; формування товарного асортименту. Знати статті Закону України “Про наукову і науково-технічну діяльність”, який визначає правові, організаційні та фінансові засади функціонування і розвитку науково-технічної сфери, створює умови для наукової і науково-технічної діяльності. Знати характерні риси кон'юнктури: її мінливість і часті коливання; виняткова суперечливість; нерівномірність. Знати вимоги до потенційних постачальників плодоовочевої продукції. Розуміти, які шляхи виходу на зовнішній ринок через структуру виробництва, логістики і маркетингу.

вміти: розподіляти власні та залучені ресурси між різними напрямками діяльності підприємства так, щоб забезпечити максимальну продуктивність (рентабельність) використання цих ресурсів. Аналізувати взаємодію з ринками факторів виробництва, цінних паперів, валютними ринками, яка забезпечує ефективну політику. Розробляти бізнес-план як специфічний плановий документ, в якому відображено організаційно-фінансові доходи для забезпечення виробництва окремих видів товарів, робіт, послуг. Аналізувати виробництво основних та нових плодоовочевих видів за SWOT-аналізом як основою формування маркетингових стратегій. Аналізувати не тільки особливості внутрішньої сфери обігу, а й вплив міжнародних відносин, міжнародної торгівлі та світового ринку. Розрізняти постійні та непостійні чинники, що впливають на кон'юнктуру. Правильно вміти визначати канали збуту свіжої продукції. Аналізувати, що може входити до складу агропромислових об'єднань. Визначати необхідність створення сприятливих умов для ефективного розвитку і раціонального поєднання всіх складових технологічного процесу: виробництва, переробки, зберігання продукції, а також торгівлі нею. Вміти визначати особливості практично не освоєних шляхів збуту продукції.

Набуття компетентностей:

загальні компетентності (ЗК): Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. Здатність до пошуку, оброблення інформації з різних джерел. Знання та розуміння основних біологічних і агротехнічних концепцій, правил і теорій, пов'язаних із вирощуванням сільськогосподарських культур. Здатність застосовувати знання та розуміння фізіологічних процесів сільськогосподарських рослин для розв'язання виробничих завдань.

фахові (спеціальні) компетентності (ФК): Здатність застосовувати інноваційні підходи для аналізу та прогнозування складних явищ, критичного осмислення і самостійного вирішення проблем у професійній діяльності. Здатність оцінювати, інтерпретувати і синтезувати інформацію щодо особливостей споживання плодоовочевої продукції в Україні та світі, перспективи, тенденції її на споживчому ринку для ефективної комерційної діяльності господарств в плодоовочевому секторі. Здатність застосовувати маркетингові стратегії, використовувати знання в комерційній діяльності щодо виробництва, збуту, переробки, товарної та цінової політики з метою підвищення рівня ефективності виробництва плодоовочевої продукції та конкурентоспроможності підприємств.

3. Програма та структура навчальної дисципліни для:

- повного терміну денної (заочної) форми навчання;
- скороченого терміну денної (заочної) форми навчання.

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма							Заочна форма					
	ти жн і	ус ь о го	у тому числі					усь о го	у тому числі				
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	ін д	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Змістовий модуль 1.													
Теоретичні основи комерційної діяльності на плодоовочевому ринку													
Тема 1. Теоретичні та практичні аспекти комерційної діяльності на плодоовочевому ринку	1-4	25	2	2	0	0	21	22	2	0	0	0	20
Тема 2. Маркетинг плодоовочевої продукції	4-6	34	4	4	0	0	26	26	2	2	0	0	22
Тема 3. Механізм розвитку спеціалізації та концентрації виробництва плодоовочевої продукції	7-10	27	2	4	0	0	21	22	2	0	0	0	20
Разом за змістовим модулем 1	86		8	10	0	0	68	70	6	2	0	0	62

Змістовий модуль 2. Сучасний стан розвитку ринку плодоовочевої продукції													
Тема 4. Маркетингове дослідження споживачів плодоовочевої продукції	11-12	32	4	2	0	0	26	25	2	2	0	0	21
Тема 5. Система збуту плодоовочевої продукції	13-15	32	3	3	0	0	26	25	2	2	0	0	21
Разом за змістовим модулем 2	64		7	5	0	0	52	50	4	4	0	0	42
Усього годин	150		15	15	0	0	120	120	8	8	0	0	104
Курсовий проект (робота) з _____ (якщо є в робочому навчальному плані)			-	-	-		-		-	-	-		-
Усього годин													

4. Теми семінарських занять (відсутні)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
...		

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Маркетингова стратегія підприємства	2
2	Розробка бізнес-плану	4
3	SWOT-аналіз вирощування плодових, овочевих культур і винограду	4
4	Огляд ринку основних овочів і плодів	2
5	Методи стимулювання збуту плодоовочевої продукції на споживчому ринку	3
	Всього	15

6. Теми лабораторних занять (відсутні)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
...		

7. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами.

Контрольні питання

1. Суть і роль комерційної діяльності підприємства на овочевому ринку.
2. Суб'єкти та об'єкти комерційної діяльності на овочевому ринку.

3. Принципи розвитку комерційної діяльності на підприємствах овочівництва.

4. Особливості вітчизняного та світового виробництва овочевої продукції.

5. Методологічні підходи до оцінки впливу маркетингових заходів на учасників плодоовочевого ринку.

6. Маркетинг як напрям комерційної діяльності.

7. Маркетингова стратегія підприємства учасників овочевого ринку.

8. Сутність та система маркетингових досліджень.

9. Сучасна концепція маркетингових досліджень.

10. Система управління маркетинговою інформацією.

11. Оцінка економічної ефективності маркетингових заходів.

12. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій.

13. Інноваційні рішення – основа для розвитку сучасного овочівництва.

14. Роль нових рослин для сучасного овочевого бізнесу.

15. Ризики в овочівництві та шляхи зменшення їх наслідків.

16. Стан і перспективи виробництва овочевої і баштанної продукції в Україні.

17. Характеристика ринку основних овочів.

18. Особливості вирощування овочів у спеціалізованих господарствах півдня України.

19. Ринок овочевої продукції: кон'юнктура, суб'єкти.

20. Маркетингове дослідження споживачів, роздрібного та гуртового сегмента ринку плодоовочевої продукції.

21. Формування підприємницької інфраструктури.

22. Система збуту свіжої плодоовочевої продукції.

23. Дослідження ринку переробки плодоовочевої продукції.

24. Дослідження кон'юнктури міжнародного овочевого ринку, перспективи України.

25. Овочі для ресторанного бізнесу та агротуризму.

26. Основні фактори, які впливають на формування плодоовочевого ринку в Україні в 2014/2015 МР та сезон 2015/2016 МР.

27. Перспективи розвитку овочівництва в Україні.

28. Що таке інфраструктура ринку?

29. Формування підприємницької інфраструктури.

30. Основні передумови формування підприємницької інфраструктури.

31. Склад ринкової інфраструктури.

32. Завдання оптового ринку.

33. Суть аукціонної системи реалізації плодоовочевої продукції.

34. Особливості споживання плодоовочевої продукції в Україні та світі.

35. Овочі для ресторанного бізнесу.

36. Овочі для зеленого туризму.

37. Дослідження кон'юнктури міжнародного овочевого ринку, перспективи України.

38. Дослідження ринку переробки плодоовочевої продукції.

39. Напрями переробки плодоовочевої продукції.
40. Система збуту свіжої плодоовочевої продукції.
41. Напрями збуту плодоовочевої продукції.
42. Розробка ефективної продуктової політики.
43. Ціноутворення на плодоовочеву продукцію.
44. Особливості просування овочевої продукції.

Комплекти тестів

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
ОС Магістр Спеціальність 203 «Садівництво та <u>виноградарство»</u>	Кафедра Овочівництва і закритого ґрунту 2020-2021 навчальний рік	ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1 з дисципліни Агробізнес і маркетинг у садівництві, овочівництві і виноградарстві	Затверджую Зав. кафедри Федосій І.О.
Екзаменаційні запитання (максимальна оцінка 10 балів за відповідь на кожне запитання)			
1. Суть і роль комерційної діяльності підприємства на овочевому ринку			
2. Визначити прибуток вирощування цибулі ріпчастої з урожайністю 65 т/га. Реалізаційна ціна 2,0 грн./кг. Виробничі витрати 89950 грн./га.			
Тестові завдання різних типів (максимальна оцінка 10 балів за відповіді на тестові завдання)			

1. Яке слово пропущене у реченні? (у бланку відповідей правильну відповідь подати одним словом)

Отримання не загальних, а конкретних уявлень про різні проблеми та аспекти маркетингової діяльності, поведінку суб'єктів ринку це _____ дослідження

2. Назвати суб'єкти комерційної діяльності

1	Сільськогосподарські кооперативи
2	Приватні підприємства
3	Овочеві види
4	Природні ресурси
5	Земля

3. Що таке бізнес-план?

(у бланку відповідей впишіть правильну відповідь словами)

4. Що включають зазначені напрями?

А. Овочівництва. Б. Спеціалізації овочевих господарств.	1. Присадибне овочівництво
	2. Органічне овочівництво
	3. Відкритий ґрунт
	4. Виробництво овочів на експорт
	5. Виробництво на вивіз
	6. Селекція овочевих культур

5. Підтвердіть (Так), або спростуйте (Ні) наступне твердження – «власні організаційні форми – це відділи маркетингу, тимчасові організаційні структури»:

(у бланку відповідей впишіть правильну відповідь одним словом «так» чи «ні»)

6. Назвати складові елементів маркетингу

А. Місце.	1. Послуга
Б. Ціна.	2. Товар
	3. Реклама
	4. Витрати
	5. Транспортування
	6. Продаж

7. Які напрями включає зміст комерційної діяльності?

1	Організація виробництвом
2	Передпосівна підготовка насіння
3	Дослідження ринків
4	Створення сортів і гетерозисних гібридів
5	Післязбиральна доробка овочів

8. Результати SWOT-аналізу овочевих культур

А. Сильні сторони.	1. Досвід розвинених країн
Б. Слабкі сторони.	2. Відсутність овочесховищ з регульованим режимом зберігання
В. Можливості.	3. Швидка окупність виробництва
Г. Ризики.	4. Обмежений доступ до фінансів

9. Які посівні площі займають овочеві культури в Україні?

1	250 тис. га
2	480 тис. га
3	800 тис. га
4	1 млн. га

10. Назвати фактори, що впливають на пропозицію

А. Природні	1. Система захисту рослин
Б. Технологічні.	2. Рельєф поля
	3. Своєчасний догляд за рослинами
	4. Якісний обробіток ґрунту
	5. Родючість ґрунту
	6. Ґрунтово-кліматичні умови

8. Методи навчання.

В процесі викладання дисципліни «Агробізнес і маркетинг у садівництві, овочівництві та виноградарстві» використовують пояснювально-ілюстративний метод, метод проблемного викладення, евристичний метод, дослідницький метод.

Пояснювально-ілюстративний метод. Студенти здобувають знання, слухаючи розповідь, лекцію, з навчальної або методичної літератури, через екранний посібник у "готовому" вигляді. Сприймаючи й осмислюючи факти, оцінки, висновки, вони залишаються в межах репродуктивного (відтворювального)

мислення. Такий метод якнайширше застосовують для передавання значного масиву інформації. Його можна використовувати для викладення й засвоєння фактів, підходів, оцінок, висновків.

Метод проблемного викладення. Використовуючи будь-які джерела й засоби, педагог, перш ніж викладати матеріал, ставить проблему, формулює пізнавальне завдання, а потім, розкриваючи систему доведень, порівнюючи погляди, різні підходи, показує спосіб розв'язання поставленого завдання. Студенти стають ніби свідками і співучасниками наукового пошуку.

Частково-пошуковий, або евристичний метод. Його суть - в організації активного пошуку розв'язання висунутих педагогом (чи самостійно сформульованих) пізнавальних завдань або під керівництвом педагога, або на основі евристичних програм і вказівок. Процес мислення набуває продуктивного характеру, але його поетапно скеровує й контролює педагог або самі студенти на основі роботи над програмами (зокрема й комп'ютерними) та з навчальними посібниками. Такий метод, один з різновидів якого є евристична бесіда, - перевірений спосіб активізації мислення, спонукання до пізнання.

Дослідницький метод. Після аналізу матеріалу, постановки проблем і завдань та короткого усного або письмового інструктажу ті, кого навчають, самостійно вивчають літературу, джерела, ведуть спостереження й виміри та виконують інші пошукові дії. Ініціатива, самостійність, творчий пошук виявляються в дослідницькій діяльності найповніше. Методи навчальної роботи безпосередньо переходять у методи, які імітують, а іноді й реалізують науковий пошук.

9. Форми контролю.

Модульний та підсумковий контроль у вигляді іспиту

10. Розподіл балів, які отримують студенти.

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про введення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи $R_{\text{нр}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{нр}} + R_{\text{ат}}$.

11. Методичне забезпечення

1. Бобось І.М. Методичні рекомендації до виконання самостійної роботи з дисципліни „Агробізнес і маркетинг в плодівництві, овочівництві та виноградарстві” для студентів ОКР «Магістр» заочної форми навчання спеціальності «Плодоовочівництво і виноградарство». – К.:НУБіП України, 2015.– 28 с.
2. Бобось І.М. Методичні вказівки до виконання лабораторних робіт з дисципліни „Агробізнес і маркетинг в плодівництві, овочівництві та виноградарстві” для підготовки ОС «Магістр» зі спеціальності «Садівництво і виноградарство». – К.: Компрінт, 2017. – 89 с.

12. Рекомендована література

– основна:

1. Агробізнес в овочепродуктовому під комплексі України / Під ред. Макаренко П.П., Криворучко В.І., Кириленко І.Г. та ін. – К.: Нива. – 1997. – 138 с.
2. Международный маркетинг [Авторы: Ю. Г. Козак, О. В. Захарченко, Р. Томанек (Польша), Я. Шолтысек (Польша), К. Лисецка (Польша), А. Козак (Польша), Н. С. Логвинрва, Е. В. Кравченко, Е. Н. Саковская, В. В. Попович] Учебное пособие. 4-е вид. Перераб. И доп. – К.: Центр учебной литературы, 2013. – 306 с.
3. Андрусенко Г.О. Основы маркетингу. – К.: Укрожай, 1995. – 176 с.
4. Писаренко В.В. Маркетинг овочевої продукції(методичні та практичні аспекти): Монографія. – Полтава: ФОП Говоров С.В. – 2008. – 304 с.
5. Писаренко В.М., Куценко О.М. Екологічні основи раціонального природокористування в аграрному виробництві. – Навчальний посібник –К.:НМК ВО – 1992. – 200 с.

– допоміжна:

1. Сологуб Ю.И., Стрелюк И.М., Максимюк А.С. Овощеводство. Новые подходы – реальная прибыль. Практическое пособие. – К.: ООО «Полиграф плюс». – 2012. – 200 с.
2. Беспалов В.А. Управление сельскохозяйственным производством. – К.: Высшая школа. – 1992. – С. 76.
3. Саблук П.Т., Карич Д.Я., Коваленко Ю.С. Основы організації сільськогосподарського ринку. – К.: ІАЕ УАААН. – 2002. – 190 с.
4. Дихтль Е., Херлиген Х. Практический маркетинг: учеб. Пособие. – М.: Высшая школа. – 1996. – 254 с.
5. Хойер В. Как делать бизнес в Европе. – М.: Фонд «За экономическую грамотность. – 1991. – 142 с.
6. Друкер Ф.П. Рынок: Как выйти в лидеры. Практика и принципы. – М.:Наука. – 1992. – 350 с.

13. Інформаційні ресурси

1. Державний Реєстр сортів рослин, придатних для поширення в Україні. – К.: Алефа. (Видається щороку). <https://sops.gov.ua/reestr-sortiv-roslin>

2. Інформаційно-довідкова система "Сорт" [Електронний ресурс] режим доступу: <http://sort.sops.gov.ua/search/search>
3. Інформаційно-довідкова система "Реєстр сортів" [Електронний ресурс] режим доступу: <http://service.ukragroexpert.com.ua/>
4. Agraveru. Овочі [Електронний ресурс] режим доступу: <https://agravery.com/uk/posts/section/show/vegetables>
5. Agromage. Овощные [Електронний ресурс] режим доступу: <https://agromage.com/vegetable.php>
6. AgroTimes. Овощи и фрукты [Електронний ресурс] режим доступу: <http://www.agrotimes.net/ovoshi-i-fruktiy>
7. Аграрний сектор України. Овочеві [Електронний ресурс] режим доступу: <http://agroua.net/plant/catalog/cg-8/>
8. Журнал «Картофель и офоци». Овощи [Електронний ресурс] режим доступу: <http://potatoveg.ru/ogorodnik/ovoshhi>
9. Журнал «Овощеводство» [Електронний ресурс] режим доступу: <http://www.ovoshevodstvo.com/journal/>
10. Кооперація виробників часнику України [Електронний ресурс] режим доступу: <http://www.ukrup.com.ua/uk/>
11. Журнал «Вестник овощевода» [Електронний ресурс] режим доступу: http://www.gavrish.ru/journals/vestnik/content.php?name=2018_12
12. Сільське господарство - статистична інформація (урожайність, посівна площа, валовий збір та ін.) [Електронний ресурс] режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
13. Публікація документів Державної Служби Статистики України [Електронний ресурс] режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ7_u.htm
14. Стандарти Европейской Экономической Комиссии ООН (ЕЭК ООН) [Електронний ресурс] режим доступу: <http://www.unece.org/trade/agr/standard/fresh/ffv-standardse.html>
15. Каталог стандартів на с/г продукцію [Електронний ресурс] режим доступу: <http://csm.kiev.ua/nd/nd.php?z=%D1%81%D1%83%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8F&st=0&b=1>