**АГРОБІЗНЕС І МАРКЕТИНГ В ПЛОДООВОЧІВНИЦТВІ**

**Кафедри овочівництва і закритого ґрунту**

**Агробіологічний факультет**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Лектор*** | **Доцент Бобось І.М.** |
| ***Семестр*** | **8** |
| ***Освітній ступінь*** | **Бакалавр** |
| ***Кількість кредитів ЄКТС*** | **5** |
| ***Форма контролю*** | **Екзамен** |
| ***Аудиторні години*** | **60 (30 год лекцій, 30 год практичних чи лабораторних)** |

**Загальний опис дисципліни**

Викладання дисципліни «Агробізнес і маркетинг в плодоовочівництві» є надання студентам теоретичних знань і формування професійних умінь стосовно питань агробізнесу і маркетингу в плодоовочівництві, вимоги до потенційних постачальників плодоовочевої продукції. Розуміти, які шляхи виходу на зовнішній ринок через структуризацію виробництва, логістики і маркетингу.

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.

***Вміти:***розподіляти власні та залучені ресурси між різними напрямами 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. Правильно вміти визначати канали збуту свіжої продукції.

**Теми лекцій:**

1. Теоретичні та практичні аспекти комерційної діяльності на плодоовочевому ринку – 4 год.
2. Маркетинг плодоовочевої продукції – 4 год.
3. Сутність та система маркетингових досліджень – 2 год.
4. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій – 2 год.
5. Механізм розвитку спеціалізації та концентрації виробництва плодоовочевої продукції – 2 год.
6. Інноваційні рішення – основа для розвитку сучасного плодоовочівництва – 2 год.
7. Ризики в плодоовочівництві та шляхи зменшення їх наслідків – 2 год.
8. Сучасний стан розвитку ринку плодоовочевої продукції – 2 год.
9. Агробізнес з вирощування овочів і фруктів в сучасних умовах – 2 год.
10. Маркетингове дослідження споживачів плодоовочевої продукції – 4 год.
11. Розробка ефективної продуктової політики підприємств в галузі плодоовочівництва – 2 год.
12. Ефективні стратегії збуту плодоовочевої продукції – 2 год.

**Теми занять:**

***(семінарських,практичних, лабораторних)***

1. Формування асортименту, який в найбільшій мірі задовольняє потреби потенційних споживачів – 2 год.
2. Програмування і прогнозування врожайності овочевих культур – 2 год.
3. Економічне обґрунтування технологій вирощування овочевих культур у однорічних і багаторічних насадженнях – 2 год.
4. Бізнес – планування вирощування овочевих культур – 2 год.
5. Економічне обґрунтування технологій вирощування ягідних культур у багаторічних насадженнях – 2 год.
6. Бізнес – планування вирощування ягідних культур – 2 год.
7. Економічне обґрунтування технологій вирощування плодових культур у багаторічних насадженнях – 2 год.
8. Бізнес – планування вирощування плодових культур – 2 год.
9. SWOT-аналіз вирощування плодових культур – 2 год.
10. SWOT-аналіз вирощування овочевих культур – 2 год.
11. Визначення величини і динаміки попиту та пропозиції фруктів і овочів – 2 год.
12. Система збуту плодоовочевої продукції – 2 год.
13. Ціноутворення на плодоовочеву продукцію – 2 год.
14. Методи стимулювання збуту плодоовочевої продукції на споживчому ринку – 2 год.
15. Сучасний стан і перспективи інтернет продажів плодоовочевої продукції – 2 год.