



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «АГРАРНИЙ МАРКЕТИНГ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність 075 Маркетинг
Освітня програма «Маркетинг»
Рік навчання 2, семестр 4
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 4
Мова викладання українська

Лектор курсу
Контактна інформація
лектора (e-mail)
Сторінка курсу в eLearn

Рябчик Алла Володимирівна, к.е.н., доцент
Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі, корп. 10, к. 401
ariabchyk@gmail.com
<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2194>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Метою дисципліни «Аграрний маркетинг» є оволодіння студентами теоретичними і практичними знаннями щодо механізму функціонування агромаркетингу на підприємствах аграрного сектору, а саме: освоєння новітніх засобів та інструментарію аграрного маркетингу; визначення форм та принципів організації, планування аграрного маркетингу; розробки агромаркетингових стратегій; вивчення сучасних технологій та методів ефективного управління агромаркетинговою діяльністю в ринковому середовищі.

Завдання дисципліни полягають в отриманні студентами знань в сфері аграрного маркетингу; маркетингових досліджень ринків сільськогосподарської продукції та продовольства; прогнозування кон'юнктури ринку; управління асортиментом продукції підприємств АПК та їх якістю; ціноутворення; системи розподілення та збуту сільськогосподарської та продовольчої продукції; просування продуктів харчування на внутрішньому та зарубіжному ринках; а також отримання знань в галузі планування аграрного маркетингу, управління та контролю агромаркетингової діяльності.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
4 семестр				
Модуль 1				
Тема 1. Суть та зміст аграрного маркетингу	2/2	Знати: основні поняття та особливості аграрного маркетингу. Вміти: встановлювати завдання аграрного маркетингу. Аналізувати: елементи комплексу аграрного маркетингу.	Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в	5

		<p>Розуміти: принципи маркетингової діяльності в аграрному секторі.</p> <p>Розрізняти: функції та підсистеми аграрного маркетингу.</p> <p>Застосовувати: концепції аграрного маркетингу на практиці.</p> <p>Використовувати: принципи агромаркетингової діяльності на практиці.</p>	elearn).	
Тема 2. Інформація і система маркетингових досліджень в аграрному секторі	4/4	<p>Знати: основні поняття маркетингових досліджень в аграрному секторі.</p> <p>Вміти: розробляти план та проводити маркетингові дослідження.</p> <p>Аналізувати: маркетингову інформацію.</p> <p>Розуміти: види і типи маркетингових досліджень в аграрному секторі.</p> <p>Розрізняти: переваги проведення маркетингових досліджень в аграрному секторі.</p> <p>Застосовувати: методи і технології збору інформації.</p> <p>Використовувати: методи аналізу інформації.</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10
Тема 3. Механізм функціонування ринків і підприємств в аграрному секторі	4/4	<p>Знати: основні поняття та методи аналізу ринкової ситуації.</p> <p>Вміти: визначати сегменти ринку, вплив маркетингового середовища на діяльність підприємств в аграрному секторі.</p> <p>Аналізувати: маркетингове середовище та поведінку споживачів в аграрному секторі.</p> <p>Розуміти: особливості</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10

		<p>формування попиту і пропозиції.</p> <p>Розрізняти: сегменти ринку і поведінку споживачів різних сегментів.</p> <p>Застосовувати: методи дослідження ринкової ситуації.</p> <p>Використовувати: методи аналізу і оцінки ринкової ситуації.</p>		
Тема 4. Організація та управління аграрним маркетингом	4/4	<p>Знати: загальні поняття організації і управління маркетинговою діяльністю в аграрному секторі.</p> <p>Вміти: здійснювати планування маркетингової діяльності, розробляти стратегії аграрного маркетингу.</p> <p>Аналізувати: маркетингову діяльність в аграрному секторі.</p> <p>Розуміти: стратегії аграрного маркетингу.</p> <p>Розрізняти: служби аграрного маркетингу.</p> <p>Застосовувати: методи контролю і аналізу маркетингової діяльності в аграрному секторі.</p> <p>Використовувати: показники оцінки ефективності агромаркетингової діяльності.</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10
Модуль 2				
Тема 1. Маркетингова товарна політика в аграрному секторі	4/4	<p>Знати: основні поняття маркетингової товарної політики в аграрному секторі.</p> <p>Вміти: визначати конкурентоспроможність товарів, формувати асортимент товарів.</p> <p>Аналізувати: асортимент продукції.</p> <p>Розуміти: завдання агромаркетингової товарної політики та процес створення</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10

		<p>товарів.</p> <p>Розрізняти: етапи життєвого циклу товару.</p> <p>Застосовувати: методи визначення конкурентоспроможності товарів.</p> <p>Використовувати: методи оціни асортименту товарів.</p>		
<p>Тема 2. Маркетингова цінова політика в аграрному секторі</p>	4/4	<p>Знати: основні поняття та положення маркетингової цінової політики в аграрному секторі.</p> <p>Вміти: розробляти маркетингові цінові стратегії та формувати ціну на продукцію аграрного сектору.</p> <p>Аналізувати: агромаркетингову цінову політику і чинники, що впливають на ціну в аграрному секторі.</p> <p>Розуміти: методи і процес ціноутворення.</p> <p>Розрізняти: агромаркетингові цінові стратегії.</p> <p>Застосовувати: методи ціноутворення.</p> <p>Використовувати: принципи формування цінових стратегій в аграрному секторі.</p>	<p>Здача практичної роботи, виконання кейсу. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn). Розв'язок задач.</p>	5
<p>Тема 3. Маркетингова політика розподілу та система збуту продукції аграрного сектора</p>	4/4	<p>Знати: основні поняття маркетингової політики розподілу та системи збуту продукції аграрного сектору.</p> <p>Вміти: формувати систему розподілу та збуту продукції.</p> <p>Аналізувати: торговельних посередників.</p> <p>Розуміти: канали збуту продукції, їх функції, вимоги зберігання продукції.</p> <p>Розрізняти: особливості каналів розподілу, посередників,</p>	<p>Здача практичної роботи. Написання тестів, ессе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).</p>	10

		<p>вертикальні маркетингові системи розподілу.</p> <p>Застосовувати: рекомендації до формування системи розподілу в аграрному секторі.</p> <p>Використовувати: методи управління каналами розподілу в аграрному секторі.</p>		
Тема 4. Маркетингова політика комунікацій в аграрному секторі	4/4	<p>Знати: загальні поняття маркетингової комунікаційної політики в аграрному секторі.</p> <p>Вміти: розробляти комунікаційну кампанію.</p> <p>Аналізувати: фактори впливу на формування комплексу маркетингових комунікацій.</p> <p>Розуміти: особливості засобів маркетингових комунікацій.</p> <p>Розрізняти: дію і вплив засобів маркетингових комунікацій.</p> <p>Застосовувати: методи формування бюджету на маркетингову комунікаційну діяльність.</p> <p>Використовувати: методи аналізу та оцінки засобів маркетингових комунікацій в аграрному секторі.</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів, есе. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10
Всього за 1 семестр Навчальна робота				70
Екзамен				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання підсумкового контролю відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин.
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу.

Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)
------------------------------------	--

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано