


**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра овочівництва і закритого ґрунту

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Декан агробіологічного факультету
О.Л. Тонха
«_____» _____ 2023 р.



«СХВАЛЕНО»
на засіданні кафедри
овочівництва і закритого ґрунту
Протокол № 11 від «26» квітня 2023 р.
Завідувач кафедри
І.О. Федосій

«РОЗГЛЯНУТО»
Гарант ОП «Агрономія»
О.Л. Тонха

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Агробізнес і маркетинг у плодоовочівництві

спеціальність
освітня програма
Факультет

**201 «Агрономія»
Агрономія
Агробіологічний**

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

Київ – 2023 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Агробізнес і маркетинг у плодоовочівництві

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	Бакалавр	
Спеціальність	201 «Агрономія»	
Освітня програма	Агрономія	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Вибіркова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	4	
Семестр	8	
Лекційні заняття	30 год.	
Практичні, семінарські заняття	45 год.	
Лабораторні заняття	0 год.	
Самостійна робота	45 год.	
Індивідуальні завдання	0 год.	
Всього	120 год.	
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	5 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 питаннями 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

Набуття компетентностей:

Інтегральна компетентність (ІК): Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми з агрономії, що передбачає застосування теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК): ЗК 5. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 8. Навички здійснення безпечної діяльності. ЗК 9. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Фахові (спеціальні) компетентності (ФК): ФК 1. Здатність використовувати базові знання основних підрозділів аграрної науки (рослинництво, землеробство, селекція та насінництво, агрохімія, плодівництво, овочівництво, ґрунтознавство, кормовиробництво, механізація в рослинництві, захист рослин). ФК 2. Здатність вирощувати, розмножувати сільськогосподарські Культури та здійснювати технологічні операції з первинної переробки і зберігання продукції. ФК 6. Здатність застосовувати методи статистичної обробки дослідних даних, пов'язаних з технологічними та селекційними процесами в агрономії.

Програмні результати навчання (ПРН): ПРН 4. Порівнювати та оцінювати сучасні науково-технічні досягнення у галузі агрономії. ПРН 6. Демонструвати знання й розуміння фундаментальних дисциплін в обсязі, необхідному для володіння відповідними навичками в галузі агрономії. ПРН 12. Проектувати й організовувати технологічні процеси вирощування насінневого матеріалу сільськогосподарських культур відповідно до встановлених вимог.

3. Програма та структура навчальної дисципліни для:

– повного терміну денної (заочної) форми навчання;

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	денна форма							Заочна форма						
	тижні	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	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	12	3	4	0	0	5							

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Тема 2. Маркетинг плодовоовочевої продукції	2-3	13	4	4	0	0	5						
Тема 3. SWOT – аналіз основа формування маркетингових стратегій	4	11	2	4	0	0	5						
Тема 4. Механізм розвитку спеціалізації та концентрації виробництва плодовоовочевої продукції	5-6	13	4	4	0	0	5						
Тема 5. Ризики в плодовоовочівництві та шляхи зменшення їх наслідків	7	11	2	4	0	0	5						
Разом за змістовим модулем 1	60	15	20	0	0	25							
Змістовий модуль 2.													
Сучасний стан розвитку ринку плодовоовочевої продукції													
Тема 6. Сучасний стан розвитку ринку плодовоовочевої продукції	8-9	12	3	5	0	0	4						
Тема 7. Формування підприємницької інфраструктури	10	11	2	5	0	0	4						
Тема 8. Маркетингове дослідження споживачів плодовоовочевої продукції	11-12	13	4	5	0	0	4						
Тема 9. Маркетингова стратегія для суб'єктів господарювання	13	11	2	5	0	0	4						
Тема 10. Ефективні стратегії збуту плодовоовочевої продукції	14-15	13	4	5	0	0	4						
Разом за змістовим модулем 2	60	15	25	0	0	20							
Усього годин	120	30	45	0	0	45							
Курсовий проект (робота) з _____ (якщо є в робочому навчальному плані)			-	-	-		-		-	-	-		-
Усього годин													

4. Теми семінарських занять

Не передбачено.

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Визначення маркетингової стратегії плодоовочевого підприємства	4
2	Розробка бізнес-плану вирощування плодкових та овочевих культур	4
3	SWOT-аналіз вирощування плодкових, овочевих культур і винограду	4
4	Визначення інноваційних розробок вирощування плодоовочевої продукції	4
5	Визначення ризиків на рівні господарства за вирощування плодоовочевої продукції	4
6	Визначення кон'юнктури плодоовочевого ринку	5
7	Визначення підприємницької інфраструктури плодоовочевого ринку	5
8	Визначення попиту і пропозиції на ринку	5
9	Характеристика методів стимулювання збуту плодоовочевої продукції на споживчому ринку	5
10	Визначення шляхів виходу на зовнішній ринок через структуру виробництва, логістики та маркетингу	5
	Всього	45

6. Теми лабораторних занять

Не передбачено.

7. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Визначення інфраструктури ринку плодоовочевої продукції	10
2	Формування ціни на плодоовочеву продукцію	10
3	Маркетингові дослідження напрямів споживання плодоовочевої продукції	15
4	Дослідження кон'юнктури міжнародного ринку плодоовочевої продукції	10
	Всього	45

8. Зразки контрольних питань, 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 баштаної 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.

Екзаменаційний білет

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
ОС Бакалавр Спеціальність 201 «Агрономія»	Кафедра Овочівництва і закритого ґрунту 2023-2024 навчальний рік	ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1 з дисципліни Агробізнес і маркетинг у плодоовочівництві	Затверджую Зав. кафедри <u>Федосій І.О.</u>
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.	1. Присадибне овочівництво
Б. Спеціалізації овочевих господарств.	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

9. Методи навчання

В процесі викладання дисципліни «Агробізнес і маркетинг у плодоовочівництві» 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.

10. Форми контролю

Модульний та підсумковий контроль у вигляді іспиту

11. 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 уведення в дію від 26.04.2023 р. протокол № 10).

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): $R_{\text{дис}} = R_{\text{нр}} + R_{\text{ат}}$.

12. Навчально-методичне забезпечення

- Бобось І.М., Комар О.О. Методичні вказівки до виконання самостійної роботи з дисципліни «Агробізнес і маркетинг у плодоовочівництві» для підготовки ОС «Бакалавр» за спеціальністю 201 «Агрономія». – К: ФОП Ямчинський О.В. – 2023. – 115 с.

13. Рекомендовані джерела інформації

Основні

- Корнієнко С.І. Маркетинг в овочівництві [моногр.] / [Корнієнко С.І., Романова Л.В., Рудь В.П., Гуменюк А.В.]; за ред. С.І. Корнієнка. – Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2014 – 288 с.
- Сало І.А. Розвиток ринку плодів в Україні: монографія. – К.: ННЦ ІАЕ, 2013. – 394 с.

Допоміжні

1. Маркетингове дослідження ринку овочевої продукції в Україні: монографія / Р.В. Логоша, К.В. Мазур, В.Ю. Кричковський. Вінниця: ТОВ «ТВОРИ», – 2021. - 340 с.
2. Основи формування споживчого комплексу плодів ягідних культур в Україні: [монографія] / Л. М. Шевчук. – К.: Логос, 2015. – 227 с.
3. Удосконалення науково обґрунтованої структури посівних площ за регіонами на основі ефективних рішень в овочівництві: [моногр.] / О.М. Могильна, О.В. Куц, В.П. Рудь, Л.А. Терьохіна та ін. Вінниця: ТОВ «ТВОРИ», 2020. 248 с.

Інтернет-джерела

1. Agravery. Овочі [Електронний ресурс] режим доступу: <https://agravery.com/uk/posts/section/show/vegetables>
2. Аграрний сектор України. Овочеві [Електронний ресурс] режим доступу: <http://agroua.net/plant/catalog/cg-8/>
3. Інститут овочівництва і баштанництва НААН [Електронний ресурс] режим доступу: <http://www.ovoch.com/index.html>
4. 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>
5. Публікація документів Державної Служби Статистики України [Електронний ресурс] режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ7_u.htm
6. Сільське господарство - статистична інформація (урожайність, посівна площа, валовий збір та ін.) [Електронний ресурс] режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>