



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

СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Промотехнології в агробізнесі»

Ступінь вищої освіти - Магістр
Спеціальність 061 – Журналістика
Освітня програма «Журналістика»
Рік навчання 1,
семестр II
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 5
Мова викладання українська

к.е.н., доцент Кірейцева Олена Василівна
навчальний корпус № 10, кімната 307
elenakireitseva42@gmail.com
<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=5226>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Мета курсу полягає в системному оволодінні студентами питання використання промотехнологій у агробізнесі; вивчення впровадження такого маркетингового інструменту як просування в діяльності аграрних суб'єктів господарювання, для максимального збуту сільськогосподарської продукції.

Завдання курсу:

- з'ясувати суть та значення промотехнологій в агробізнесі;
- вивчити організацію дослідження маркетингових можливостей підприємств агробізнесу та визначення ринкового профілю підприємств;
- навчити практичним навичкам розв'язку маркетингових завдань, виховати здатність до творчого пошуку напрямів та резервів удосконалення систем та процесів управління промотехнологіями в агробізнесі;
- навчити визначати маркетингові стратегії та проводити маркетингового планування в агробізнесі;
- засвоїти основні положення управління товарною, ціновою, збутовою та комунікаційною політикою підприємств агробізнесу;
- вивчити основні підходи до організації маркетингової діяльності на підприємствах агробізнесу.

Навчальна дисципліна забезпечує формування ряду компетентностей

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК02. Здатність планувати час та управляти ним.

ЗК05. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК06. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК07. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

Спеціальні (фахові, предметні) компетенції:

СК02. Здатність критично осмислювати проблеми у сфері журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми.

СК03. Здатність приймати ефективні рішення у сфері журналістики.

СК06. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики у широких та/або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

СК09. Здатність створювати контент для інформаційного супроводу агросектору та ефективно просувати медійний продукт.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних та суперечливих інформації та вимог.

ПРН02. Аналізувати та оцінювати потенційний вплив розвитку технологій на сучасний стан та розвиток журналістики.

ПРН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.

ПРН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій.

ПРН12. Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проекти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів

ПРН13. Організувати роботу колективу, забезпечувати професійний розвиток його членів та досягнення поставлених цілей.

ПРН15. Створювати якісний контент для інформаційного супроводу агросектору.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
І семестр				
Модуль 1 / Модуль 2				
Тема 1. Розуміння та процес промотехнологій в агробізнесі	3/3	Знання-знатитарозуміти: 1. Фундаментальні концепції просування товару в агробізнесі, теоретичний та методичний інструментарій для діагностики і моделювання промотехнологій агробізнесу, 2. Методологічні основи прийняття стратегічних рішень в агробізнесі з	Здача наукових робіт, розробка власних ідей проектів.	
Тема 2. Аналіз маркетингових можливостей підприємств агробізнесу	3/3			
Тема 3. Особливості ринків аграрної продукції та аналіз зовнішнього середовища підприємств агробізнесу	3/3			

Тема 4. Система засобів масових комунікацій для просування аграрної продукції	3/3	врахуванням ризиків та кон'юнктури аграрних ринків. Навички –будеміти:	Написання тестів, ессе, підготовка презентацій виступів,	Письмовий іспит (ефекти: 1, 2, 3, 4), оцінювання лекцій під час занять (ефекти: 2, 3, 4, 5)
Тема 5. Стратегічне планування PR-діяльності агробізнесу	3/3	1. Формувати стратегії промотехнологій в агробізнесі, здійснювати обґрунтування випуску нових видів продукції та застосування новітніх технологій. 2. Здійснювати аналіз промотехнологій в агробізнесі, конкурентного середовища функціонування підприємства, впливу зовнішнього середовища, особливо державного регулювання, на ефективність промотехнологій в діяльності аграрного підприємства; Компетенції –будеготовий:	Розв'язання ситуаційних вправ та задач. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. веlearn)	
Тема 6. Аналіз ефективності підприємницьких структур агробізнесу	3/3			
Тема 7. Організація просування товару на підприємствах агробізнесу	3/3	1. Проводити професійну діяльність етично/ відповідально, забезпечуючи повагу до досягнень та традицій професії		
Тема 8. Світовий продовольчий ринок та продовольча безпека країни	3/3			
	30/30			
Всього за 1 семестр				70
Екзамен				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедайлнів та перескладання	Роботи, виконані із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора, якщо на це є поважні причини (наприклад, лікарняний лист)
Політика щодо академічної доброчесності	Списувати під час контрольних робіт та екзаменів заборонено (як і використовувати мобільні девайси). Реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. Через об'єктивні причини (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватися індивідуально (в онлайн-форматі 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

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Закон України «Про рекламу». Інформаційне законодавство України (станом на 1 вересня 2008 р.) / за ред. Т. Шевченка, Т. Олексіюк ; упоряд. Т. Г. Бондаренко. Київ : Ін-т Медіа Права, 2008. С. 166–183.
2. Дергоусова А.О., Сиволовська О.В., Мкртичян О.М., Конспект лекцій з дисципліни «Паблік рилейшенз». –Харків: УкрДУЗТ, 2021 . 134 с.
3. Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Мкртичян О.М., Нескуба Т.В. Навчальний посібник: Маркетингові комунікації. Харків: УкрДУЗТ, 2021.
4. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Як гроуз-хакери змінюють правила гри / Раян Голідей; пер. з англ. О. Аставшова. К.: Наш формат, 2018. 104 с.
5. Кузик О. Роль маркетингових комунікацій у подоланні актуальних проблем та викликів АПК України / Олег Кузик // Інвестиції: практика та досвід. 2018. №12. С. 16-19

Додаткова література

6. Калінчик М.В. Маркетингові організації виробників сільськогосподарської продукції в Україні. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2014. Вип. 149. С. 11–16.
7. Кубрак Н.Р., Рудик О.О., Косар Н.С. Перспективи розвитку каналів розподілу сільськогосподарської продукції України. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Гжицького. 2014. Т. 16. № 1(1). С. 285–291.
8. Сокол П.М., Коваленко А.А. Основні проблеми переходу до маркетинго-інноваційного розвитку підприємств АПК. Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Економіка. 2014. Т. 22, вип. 8(3). С. 68–71.
9. «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»: Закон України від 16.11.92 № 2782-ХІІ (із змінами і доповнення) // Відом. Верховної Ради України. 1993. – № 1. –5 січня.
10. «Про інформацію»: Закон України від 02.10.92 № 270/96-ВР (із змінами і допов.)// Відомості Верховної Ради України. 1992. № 48.
11. Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Зибіна К.В., Сиволовський І.М. Інноваційні технології маркетингової комунікаційної політики: ambient та вірусний маркетинг, нативна

реклама// Випереджаючий інноваційний розвиток: теорія, методика, практика : монографія / за ред. к.е.н., доцента Ілляшенко Н.С. – Суми: Територія, 2018. – С. 404 – 423с.

12. Зоріна О.І., Сиволовська О.В. Використання ambient-маркетингу як сучасної технології маркетингових комунікацій в українському медіа просторі [Електронний ресурс]/Ефективна економіка. 2018. № 1. Режим доступу: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2018/9.pdf

13. Сиволовська О.В., Неживий Є.О. Event – маркетинг та його роль в стратегії розвитку підприємства// Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2019. Режим доступу: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15756413381987.pdf>

14. Юзов А. М. Медіапланування та організація розміщення рекламної кампанії з використанням інтернет-ресурсів. Ефективна економіка. 2021. № 6. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8961DOI: 10.32702/2307-2105-2021.6.202>

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Agro-novator. Інтернет-портал АПК. URL: <http://agronovator.ua/ua/companies/>
2. Agrotender. Аграрний сайт України. URL: <http://agrotender.com.ua/kompanii.html>
3. Agrotorg. Каталог агрокомпаній. URL: <http://agrotorg.net/ru/companies/>
4. Бібліотека Інституту соціології НАН України. URL : <http://www.i-soc.com.ua/institute/lib.php>
5. Бібліотека РГІУ. URL : <http://www.i-u.ru/biblio/>
6. Електронна бібліотека з реклами і PR. URL : <http://www.vr.com.ua/book/>
7. Електронна бібліотека підручників. URL : <http://pidruchniki.com.ua/>
8. Інтернет-портал для управлінців. URL : <http://www.management.com.ua/>
9. Інтернет-проект «Sociology Hall». URL : <http://www.sociology.kharkov.ua/>
10. Інформаційний ресурс для піарників , маркетологів і рекламистів. URL : <http://www.pr-chance.kiev.ua/>
11. Науковий журнал «Інформаційне суспільство». URL : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/is/index.html
12. Онлайн-журнал «Медіа, культура і суспільство». URL : <http://mcs.sagepub.com/>
13. Онлайн-журнал «Наука, технологія і суспільство». URL : <http://sts.sagepub.com/>
14. Професійний часопис PR-експертів. URL : <http://ksena.net>
15. Соціологія по-новому, бібліотека з маркетингу, PR і реклами. URL : <http://socioline.ru/library/manual/pr>
16. Співтовариство PR-професіоналів. URL : <http://www.prschik.com/>
17. GA: Global Alliance for Public Relations and Communication Management. URL : <http://www.globalalliancepr.org/>
18. Inside News of Public Relations & Marketing Communications. URL : <http://www.odwyerpr.com>
19. International Resource on Global PR internet-links. URL : <http://www.globalpr.org/>

20. Online Public Relations. URL : <http://www.online-pr.com/>
21. Public relations в Україні. URL : <http://123pr.kiev.ua/>
22. PR-Ліга: Українська ліга зі зв'язків із громадськістю. URL : <http://www.pr-liga.org.ua/>
23. PR-Dialog: professional Journal. URL : www.pr-dialog.com
24. PR-Центр: Незалежний PR-проект. URL : <http://www.pr-center.org.ua/bibl.php#link53>
25. PRWeek: for Professional Communicators and Reputation Managersthe World.URL : <http://www.prweek.com/>
26. ProPR: спеціалізований інтернет-ресурс, присвячений PR-галузі в Україні та світі. URL : <http://propr.com.ua/>
27. Public Relations at the Open Directory Project. URL : http://www.dmoz.org/Business/Marketing_and_Advertising/Public_Relations/
28. The Public Relations Society of America. URL : <http://www.prsa.org/>
29. Ukrainian Public Relations Company. URL : <http://www.uapr.com/>