

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
Кафедра менеджменту ім. проф. Й. С. Завадського

ЗАТВЕРДЖЕНО
Факультет аграрного менеджменту
«05» червня 2025 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ В АГРОБІЗНЕСІ»**

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Менеджмент»

Факультет аграрного менеджменту

Розробники: доцент кафедри менеджменту ім. проф. Й. С. Завадського
кандидат економічних наук, доцент Гавриш Оксана Миколаївна
доцент кафедри менеджменту ім. проф. Й. С. Завадського
кандидат економічних наук Сотник Вікторія Вікторівна

Опис навчальної дисципліни

«Менеджмент і маркетинг в агробізнесі» (вибіркова за уподобанням студента)

«Менеджмент і маркетинг в агробізнесі» є вибірковою за уподобанням студента навчальною дисципліною, метою якої є формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у сфері менеджменту і маркетингу, розуміння концептуальних основ системного управління організаціями в сфері агробізнесу; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття ефективних управлінських рішень. Завданнями навчальної дисципліни є теоретична і практична підготовка здобувачів вищої освіти з питань: сутності основних понять і категорій менеджменту; принципів та функцій менеджменту та аграрного менеджменту; системи методів менеджменту; змісту процесів та технології управління; основ планування, організації, мотивації та контролю діяльності аграрного підприємства; прийняття управлінських рішень в аграрній сфері; керівництва та лідерства; сутності основних понять і категорій маркетингу; принципи та функції маркетингу та аграрного маркетингу; маркетингові дослідження в агробізнесі; компоненти комплекс маркетингу аграрного підприємства.

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, ступінь вищої освіти		
Ступінь вищої освіти	бакалавр	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	вибіркова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	залік	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм здобуття вищої освіти		
	Форма здобуття вищої освіти	
	денна	заочна
Курс (рік підготовки)	3	-
Семестр	7	-
Лекційні заняття	15 год.	- год.
Практичні, семінарські заняття	15 год.	- год.
Лабораторні заняття	- год.	- год.
Самостійна робота	90 год.	- год.
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми здобуття вищої освіти	2 год.	-

1. Мета, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Мета - формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у сфері менеджменту і маркетингу, розуміння концептуальних основ системного управління організаціями в сфері агробізнесу; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття ефективних управлінських рішень.

2. Програма та структура навчальної дисципліни

«Менеджмент і маркетинг в агробізнесі» (вибіркова за уподобанням студента)

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин								
	денна форма					заочна форма			
	тижні	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
			л	п	с.р.		л	п	с.р.
Модуль 1. <i>Менеджмент в агробізнесі</i>									
Тема 1. Поняття і сутність менеджменту в організаціях	1-2		2	2	44				
Тема 2. Основи теорії прийняття управлінських рішень	3-4		2	2					
Тема 3. Функції менеджменту	5-6		2	2					
Тема 4. Комунікації в менеджменті. Управління групами, керівництво та лідерство	7-8		2	2					
Разом за модулем 1		60	8	8	44				
Модуль 2. <i>Маркетинг в агробізнесі</i>									
Тема 5. Зміст і система сучасного маркетингу	9-10		2	2	46				
Тема 6. Маркетингові дослідження в агробізнесі	11-12		2	2					
Тема 7. Комплекс маркетингу підприємства	13-15		3	3					
Разом за модулем 2		60	7	7	46				
Усього годин		120	15	15	90				

3. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Поняття і сутність менеджменту в організаціях	2
2	Тема 2. Основи теорії прийняття управлінських рішень	2
3	Тема 3. Функції менеджменту	2
4	Тема 4. Комунікації в менеджменті. Управління групами, керівництво та лідерство	2
5	Тема 5. Зміст і система сучасного маркетингу	2
6	Тема 6. Маркетингові дослідження в агробізнесі	2
7	Тема 7. Комплекс маркетингу підприємства	3
	Разом	15

4. Теми лабораторних (практичних, семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Практичне заняття 1. Поняття і сутність менеджменту в організаціях	2
2	Практичне заняття 2. Основи теорії прийняття управлінських рішень	2
3	Практичне заняття 3. Функції менеджменту	2
4	Практичне заняття 4. Комунікації в менеджменті. Управління групами, керівництво та лідерство	2
5	Практичне заняття 5. Зміст і система сучасного маркетингу	2
6	Практичне заняття 6. Маркетингові дослідження в агробізнесі	2
7	Практичне заняття 7. Комплекс маркетингу підприємства	2
8	Практичне заняття 8. Комплекс маркетингу підприємства	1
	Разом	15

5. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Самостійна робота 1	44
2	Самостійна робота 2	46
	Разом	90

6. Методи та засоби діагностики результатів навчання:

(вибрати необхідне чи доповнити)

- усне або письмове опитування;
- співбесіда;
- тестування;
- захист практичних робіт.

7. Методи навчання *(вибрати необхідне чи доповнити)*:

- метод проблемного навчання;
- метод практико-орієнтованого навчання;
- кейс-метод;
- метод проєктного навчання;
- метод перевернутого класу, змішаного навчання;
- метод навчання через дослідження;
- метод навчальних дискусій та дебат;
- метод командної роботи, мозкового штурму
- метод гейміфікованого навчання.

8. Оцінювання результатів навчання.

Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національну оцінку згідно чинного «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України»

8.1. Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Результати навчання	Оцінювання
Модуль 1. Менеджмент в агробізнесі		
Практичне заняття 1. Поняття і сутність менеджменту в організаціях	Розуміти сутність та методи менеджменту в агробізнесі. Знати сутність менеджменту в організаціях; технології прийняття управлінських рішень та особливості прийняття управлінських рішень за різних умов; основні функції менеджменту; особливості управління комунікаціями. Вміти визначати відмінності між менеджментом в агробізнесі та менеджментом в інших сферах господарювання; приймати ефективні управлінські рішення на всіх етапах життєвого циклу організації; виокремлювати особливості управління в різних суб'єктах господарювання; формувати ефективну систему комунікації; робити посильний внесок в формування успішної команди.	15
Практичне заняття 2. Основи теорії прийняття управлінських рішень		15
Практичне заняття 3. Функції менеджменту		15
Практичне заняття 4. Комунікації в менеджменті. Управління групами, керівництво та лідерство		15
Самостійна робота 1		10
Модульна контрольна робота 1		30
Всього за модулем 1		100
Модуль 2. Маркетинг в агробізнесі		
Практичне заняття 5. Зміст і система сучасного маркетингу	Розуміти сутність та значення маркетингу в агробізнесі. Знати основи маркетингу; класифікацію маркетингових досліджень в агробізнесі; складові комплексу маркетингу; роль комплексу маркетингу в системі підприємства; володіти інструментами маркетингу. Вміти визначати цілі та розробляти стратегії маркетингової діяльності підприємства; проводити аналіз маркетингового середовища; здійснювати маркетингові дослідження в агробізнесі; визначати потреби і попит суб'єктів аграрного ринку; використовувати на практиці комплекс маркетингу.	15
Практичне заняття 6. Маркетингові дослідження в агробізнесі		15
Практичне заняття 7. Комплекс маркетингу підприємства		15
Практичне заняття 8. Комплекс маркетингу підприємства		15
Самостійна робота 2		10
Модульна контрольна робота 2		30
Всього за модулем 2		100
Навчальна робота	$(M1 + M2)/2 \cdot 0,7 \leq 70$	
Екзамен	30	
Всього за курс	$(\text{Навчальна робота} + \text{екзамен}) \leq 100$	

8.2. Шкала оцінювання знань здобувача вищої освіти

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка за національною системою (екзамени/заліки)
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

8.3. Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Самостійні роботи у вигляді доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально в дистанційному режимі (у онлайн формі за погодженням із деканом факультету і лектором курсу).

9. Навчально-методичне забезпечення:

- Електронний навчальний курс навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг в агробізнесі» (вибіркова за уподобанням студента) (на навчальному порталі НУБіП України eLearn - <https://elearn.nubip.edu.ua/enrol/index.php?id=3931>).
- Балановська Т. І., Гоголю О. П., Троян А. В. Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва : навчальний посібник. Київ : ЦП «Компринт», 2018. 533 с.
- Balanovska T. I., Kharchenko H. A., Artiukh T. O. Management : Textbook. Kyiv : CP «Comprint», 2021. 245 p.

10. Рекомендовані джерела інформації

- Балановська Т. І., Гавриш О. М., Драмарецька К. П., Голік В. В. Лідерство та управління людськими ресурсами організації : навчальний посібник. Київ : ЦП «КОМПРИНТ», 2024. 281 с.
- Балановська Т. І., Гоголю О. П., Кубіцький С. О., Михайліченко М. В., Троян А. В. Управління організацією : навчальний посібник. Київ : ФОП Ямчинський О. В., 2021. 464 с.
- Балановська Т. І., Гоголю О. П., Троян А. В. Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва : навчальний посібник. Київ : ЦП «Компринт», 2018. 533 с.
- Балановська Т. І., Михайліченко М. В., Троян А. В. Сучасні технології управління персоналом : навчальний посібник. Київ : ЦП «Компринт», 2020. 466 с.
- Балановська Т. І., Троян А. В., Гавриш О. М., Восколупов В. В. Управління бізнесом : навчальний посібник; вид. 2-ге, переробл. і доп. Київ :

ЦП «КОМПРИНТ», 2024. 303 с.

6. Білорус Т. В. Практикум з менеджменту: навчальний посібник. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2020. 185 с.
7. Гавриш О. М., Драмарецька К. П., Грозовський М. С. Роль корпоративної культури у мотивації персоналу підприємства. *Ефективна економіка*. 2021. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9715>.
8. Гавриш О. М., Пильнова В. П., Пісковець О. В. Інноваційне підприємництво: сутність, значення та проблеми в сучасних умовах функціонування. *Економіка та держава*. 2020. № 12. С. 109–113.
9. Гоголя О. П., Харченко Г. А. Практикум з менеджменту: навчальний посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей 073 «Менеджмент» та 075 «Маркетинг». Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2022. 428 с.
10. Лугова В. М., Голубєв С. М. Основи самоменеджменту та лідерства : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 212 с.
11. Менеджмент: підручник / С. Ю. Бірюченко та ін.; під заг. ред. Т. П. Остапчук. Житомир : Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
12. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>.
13. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 р. № 2210-III. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.
14. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 15.12.1993 р. № 3689-XII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/3689-12>.
15. Про підприємництво: Закон України від 07.02.1991 р. № 698-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>.
16. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>.
17. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
18. Харченко Г. А., Гоголя О. П., Харченко В. В. Теорія організації: навч. посіб. Київ: «ЦП «Компринт», 2020. 453 с.
19. Череп О. Г. Маркетинг : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2024. 728 с.
20. Шкільняк М. М., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: навчальний посібник. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 258 с.
21. Balanovska T., Gogulya O., Zorgach A., Havrysh O., Dramaretska K. Development Peculiarities of Agrarian Entrepreneurship in Ukraine. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. 2022. Vol. 10. No. 2 (December). P. 60–80. URL: [http://doi.org/10.9770/jesi.2022.10.2\(4\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2022.10.2(4)).
22. Balanovska T. I., Kharchenko H. A., Artiukh T. O. Management : Textbook. Kyiv : CP «Comprint», 2021. 245 p.
23. Voskolupov V. V., Balanovska T. I., Havrysh O. M., Gogulya O. P., Drahnieva N. I. Marketing Management as a Tool For Preventing Crisis of Agricultural Enterprises. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2021. № 5. URL: <http://fkd1.ubs.edu.ua/article/view/245192>.