



Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Управління маркетингом в аграрних підприємствах

Освітньо-професійна програма Маркетинг
спеціальність 075 Маркетинг
галузь знань 07 Управління та адміністрування
освітній ступінь Магістр

Розробник:

Писаренко Володимир –
завідувач, професор кафедри маркетингу,
д.е.н., професор

Гарант ОПП:

Писаренко Володимир –
завідувач, професор кафедри маркетингу,
д.е.н., професор



Назва навчальної дисципліни	Управління маркетингом в аграрних підприємствах обов'язкова дисципліна професійної підготовки
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Писаренко Володимир , д.е.н., професор Контакти: ауд. 471, навчальний корпус №4 e-mail: volodymyr.pysarenko@pdaa.edu.ua, тел.: 0664420433, сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/pysarenko-volodymyr-viktorovych
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Спеціальність	075 Маркетинг
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	Базові знання з маркетингу: За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню Управління маркетингом в аграрних підприємствах – «Аграрний маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Ціни та ціноутворення»

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни є надання майбутнім спеціалістам з всіх фахових спрямувань ґрунтовних знань з оволодіння, завдань та функцій маркетингу, розгляд проблем реалізації його основних політик – товарної, цінової, розподілу та стимулювання.

Основні завдання навчальної дисципліни: ознайомлення здобувачів вищої освіти з відповідними поняттями, категоріями, системами та алгоритмами маркетингу; набуття практичних навичок розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій; виховання здатності до творчого пошуку напрямків та резервів удосконалення маркетингової діяльності агропромислового підприємства.

Компетентності:

загальні:

ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення

ЗК 11. Здатність формувати та проявляти лідерські навички, вести ділові переговори, вміння продуктивно використовувати свій час, стресостійкість

фахові:

ФК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування

ФК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі

ФК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування

ФК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу

Програмні результати навчання:

ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управління ними

ПРН 10. Обґрунтувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів

ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм

ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання

ПРН 19. Вміти організувати службу маркетингу на підприємстві як підрозділу, що забезпечує координацію та оптимізацію діяльності всіх структур підприємства

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Маркетинг аграрного сектора економіки та його особливості

Тема 2. Ринок як об'єкт агромаркетингу

Тема 3. Управління аграрним маркетингом

Тема 4. Виявлення цільових ринків

Тема 5. Збут продукції АПК

Тема 6. Цінова політика підприємств АПК

Трудовіткість:

Загальна кількість годин – 90 год.

Кількість кредитів – 3

Форма семестрового контролю – екзамен

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Робоча навчальна програма.

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Реферат/Презентація	Виконання завдань самостійної роботи	
Тема 1. Маркетинг аграрного сектора економіки та його особливості	4	3	3	2	12
Тема 2. Ринок як об'єкт агромаркетингу	4	3	7	2	16
Тема 3. Управління аграрним маркетингом	4	3	3	2	12
Тема 4. Виявлення цільових ринків	4	3	3	2	12
Тема 5. Збут продукції АПК	4	3	7	2	16
Тема 6. Цінова політика підприємств АПК	4	3	3	2	12
Всього	24	18	26	12	80
Екзамен					20
Разом					100

3. Рекомендовані джерела інформації

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Навчальний посібник. К.: «Лібра», 1996. 381 с.
2. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика. Навчальний посібник. К.: Вища школа, 1994. 327 с.
3. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент. К.: Лібра, 1998. 384 с.
4. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика. К.: КНЕУ, 1997. 160 с.
5. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юктури ринку. Навчальний посібник. К.: Т-во «Знання», КОО, 2001. 215с.
6. Лук'янець Г.І. Маркетингова політика комунікацій. К.: КНЕУ, 2000. 380 с.
7. Маркетинг в АПК. Навчальний посібник. (За ред. Й.С.Завадського). К.: НАУ, 2003. 140 с.
8. Маркетинг в АПК. (Под ред. Г.П.Абрамовой). М.: Колос, 1997. 240 с.
9. Менеджмент і маркетинг: навчальний посібник. В.І. Перебийніс, Л.М. Бойко, В.В. Писаренко та ін.; За ред. В.І. Перебийніса. Полтава: ФОП Говоров С. В., 2007. 44 с.
10. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг. Підручник. Львів: Національний університет „Львівська політехніка”, „Інтелект –Захід”, 2002. 244 с.
11. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг. навчальний посібник Дніпро: Пороги, 2020. 240 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8387>
12. Рабштина В.М. Писаренко В.В., Махмудов Х.З. Основи маркетингу в галузях АПК: Навчальний посібник. Дніпропетровськ: Зоря, 2002. 416 с.