

СИЛАБУС

з дисципліни «Міжнародний агробізнес»
на отримання ступеню вищої освіти «Магістр» за спеціальністю
075 «Маркетинг»

Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

Обсяг курсу – 3 кредити (ECTS): 14 годин лекції, 16 годин – практичні заняття, 60 годин – самостійна робота, залік.

Викладач курсу – Ткаченко Світлана Євгенівна к.е.н., доцент кафедри Економіки та маркетингу (<http://new.khntusg.com.ua/staff/tkachenko-svitlana-ievgenivna>)

ОПИС КУРСУ

Пререквізити базові знання з мікро- та макроекономіки, міжнародної економіки, організації та результативності господарювання на рівні первинної ланки суспільного виробництва, розуміння сутності міжнародних економічних відносин, їх значення й еволюцію, чинники і рівні розвитку, особливості дії законів і принципів.

Постреквізити переддипломна практика та написання кваліфікаційної роботи.

Коротка анотація дисципліни (загальна характеристика, особливості, переваги)

Навчальна дисципліна «Міжнародний агробізнес» буде корисна майбутнім фахівцям для набуття вмінь щодо масштабного економічного мислення, вміння будувати стратегії та тактики щодо ефективного здійснення господарської діяльності аграрного підприємства на міжнародному рівні.

«Міжнародний агробізнес» – це соціально-економічна наукова дисципліна, яка вивчає основи міжнародної агророзовольчої системи, визначення основних тенденцій розвитку світового продовольчого ринку та місця на ньому України, досвід функціонування міжнародного агробізнесу в окремих регіонах світу і в країнах з різним рівнем його розвитку. У процесі вивчення дисципліни аналізується регіональна структура міжнародного агробізнесу; визначаються особливості його розвитку у найбільш розвинутих країнах світу, у країнах Східної Європи і СНД, а також в країнах, що розвиваються.

Вивчення даної дисципліни дає можливість здобувачу вищої освіти:

Знати:

- об'єкти, суб'єкти, форми та сутність міжнародного агробізнесу; - структуру світового господарства та специфіку функціонування його елементів; форми, методи і механізми регулювання міжнародної діяльності; - сучасні умови реалізації міжнародного агробізнесу; - особливості положення України в умовах сучасної світової економіки; - види і форми міжнародного агробізнесу; - порядок створення і функціонування спільних підприємств;

Вміти:

- встановлювати причинно-наслідкові зв'язки при аналізі міжнародної ситуації; - аналізувати та прогнозувати кон'юнктуру світової економіки; - оперувати інформацією у сфері міжнародних економічних відносин; - визначати перспективи реалізації міжнародного агробізнесу; - приймати рішення відповідно до ситуацій, що виникають в процесі здійснення міжнародного агробізнесу; - аналізувати інформацію пов'язану з функціонуванням підприємства на зовнішньому ринку; - вибирати певну тактику та стратегію в процесі укладання міжнародного контракту; - володіти тактикою ділового спілкування; - здійснювати міжнародну сегментацію ринків; - визначати оптимальні шляхи та напрямки інвестиційної діяльності підприємства; - використовувати одержані знання в умовах зовнішньоекономічної діяльності України, виходячи з цілей і завдань її інтеграції у сучасну систему світових господарських зв'язків.

Мета та основні задачі дисципліни

Метою дисципліни є формування системи знань з міжнародних економічних відносин, умов, форм, методів й основного інструментарію міжнародної економічної діяльності, також набуття студентами широких знань про соціально-економічні проблеми світового господарства, про закономірності розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, вивчення теоретичних основ світової економіки, специфіки формування, особливостей та тенденцій сучасного її розвитку.

Основними **задачами** вивчення дисципліни «Міжнародний агробізнес» є:

- розуміти сутність міжнародних економічних відносин, їх значення й еволюцію, чинники і рівні розвитку, особливості дії законів і принципів;
- засвоїти понятійний апарат, що застосовується в світовій господарській практиці;

- знати форми міжнародних економічних відносин, особливості розвитку інтеграційних процесів та діяльності міжнародних економічних організацій;
- вміти творчо аналізувати стан системи міжнародних економічних відносин, визначати проблеми й перспективи їх розвитку.

Компетентність, що забезпечує:

загальні компетентності:

здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

здатність розробляти проекти та управляти ними.

спеціальні компетентності:

- Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
- Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
- Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
- Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
- Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
- Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.
- Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

Результати навчання. За результатами вивчення курсу здобувачі вищої освіти можуть :

- Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

- Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
- Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
- Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
- Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
- Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

Опис дисципліни

Лекції:

Змістовий модуль 1. *Теоретичні основи міжнародного агробізнесу*

Тема 1 Предмет і задачі курсу «Міжнародний агробізнес».

Тема 2 Продовольчий маркетинг.

Тема 3 Організація маркетингу та особливості складання бізнес планів на підприємствах АПК.

Тема 4 Організаційна структура агробізнесу.

Змістовий модуль 2. *Міжнародна агропродовольча система. Регіональна структура МАБ.*

Тема 5 Продовольча проблема у сучасному світі.

Тема 6 Методи збільшення продовольчих ресурсів.

Тема 7 Основні тенденції розвитку світового продовольчого ринку

Тема 8 Агробізнес у найбільш розвинених країнах.

Тема 9 Аграрні реформи Східної Європи та країн СНД.

Практичні та семінарські заняття:

Передумови формування системи міжнародного агробізнесу
Система продовольчого маркетингу
Основні елементи системи маркетингу в АПВ
Організаційна структура агробізнесу
Продовольча проблема у сучасному світі
Методи збільшення продовольчих ресурсів
Основні тенденції розвитку світового продовольчого ринку
Агробізнес у найбільш розвинених країнах

Політика курсу – жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу.

Система оцінювання – оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: *модуль 1* – 30 % семестрової оцінки; *модуль 2* – 30 % семестрової оцінки; *екзамен* – 40 % семестрової оцінки.

Інформаційні ресурси

Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>

Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>

Бібліотека ХНТУСГ. URL: <https://library.khntusg.com.ua/>

Електронна бібліотека. URL: <http://lib.meta.ua/>

Студентська електронна бібліотека URL: <http://www.lib.ua-ru.net/>

Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>

Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>