

**Харківський національний технічний університет  
сільського господарства імені Петра Василенка**

**СИЛАБУС**  
**з дисципліни «СТРАТЕГІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ПРОФЕСІЙНИХ**  
**ПРОДАЖІВ В АГРОБІЗНЕСІ»**  
**соціально-гуманітарного спрямування,**  
**ступінь вищої освіти - «бакалавр»**

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

**Викладач курсу** – Антощенко Віталіна Володимирівна к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу (<http://new.khntusg.com.ua/staff/antoshhenkova-vitalina-volodimirivna>).

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями). Базові знання з дисциплін: «Основи економіки», «Вища математика», «Філософія», «Соціологія».

**Постреквізити.** Продовжують вивчення даного предмету наступні дисципліни: «Економіка та організація агробізнесу», фахові предмети.

**Інформація про курс.** Даний курс розроблений для того, щоб сформувати у майбутніх фахівців цілісне уявлення про системне дослідження аграрних ринків та їх суб'єктів, навколишнього середовища для ефективної адаптації до змінних динамічних ринкових умов. Системне вивчення кон'юнктури і факторів, які її визначають на цільових ринках для встановлення ефективної стратегії дій. Дослідження основних законів, закономірностей, принципів і концепцій, функцій і задач, явищ і тенденцій розвитку попиту і пропозиції, їх практичного використання в умовах цільових ринків для отримання довготривалого успіху суб'єктами агробізнесу.

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливості, переваги). Основним завданням вивчення дисципліни «Стратегії та технології професійних продажів в агробізнесі» є надання знань з теоретичних та методологічних основ організації ринку, системного підходу до нього, організації проведення досліджень, формування комплексу маркетингу, стратегічного планування, впровадження та контролю маркетингових програм.

Здобувачі вивчають сутність концепції ринку в агропромисловому виробництві, основні методи, функції, теоретичні основи та методологію вивчення кон'юнктури ринку товарів (продукту або послуг); структуру товарів, життєвий цикл товару; форми та методи пристосування агропромислового виробництва до потреб споживачів; форми і методи організації реалізації товарів та формування попиту.

**Предметом курсу** «Стратегії та технології професійних продажів в агробізнесі» є теоретичні, методичні та практичні аспекти стратегій та технологій професійних продажів в агробізнесі (у сфері планування товарного асортименту, ціноутворення, збуту товарів і послуг, реклами, просування товарів).

**Вивчення даної дисципліни дає можливість здобувачу вищої освіти**

**знати:** основні поняття, основні принципи, концепції маркетингу; стратегії та технології маркетингу; поняття та напрямки маркетингового дослідження; принципи сегментування ринку та його значення для пошукового маркетингу; методи дослідження поведінки споживачів; сутність, мету і завданнями цінової політики та політики розподілу в системі маркетингу підприємства; види маркетингових стратегій та принципи організації служби маркетингу в аграрній сфері; стратегії та технології професійних продажів в агробізнесі.

**вміти:** застосовувати нормативну базу маркетингової діяльності в Україні; володіти практикою використання сучасних тенденцій розвитку маркетингу; розраховувати основні

показники кон'юнктури ринку; оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності; встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень в агробізнесі.

### **Загальні та фахові компетентності**

- Розуміння основних теоретичних положень, концепцій та принципів математичних та соціально-економічних наук.
- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- Знання та розуміння предметної області та розуміння професії.

### **Методи навчання**

Під час вивчення матеріалів дисципліни використовуються такі методи навчання:

- словесні, у вигляді лекцій (пояснення нової теми; ознайомлення з її типовими ознаками, введення та характеристика нових понять, розкриття та деталізація матеріалу, завершальні висновки, відповіді на запитання;
- наочні, у вигляді ілюстрацій та демонстрацій (застосування структурно-логічних схем, статистичних даних, графічних моделей, тощо);
- практичні, у вигляді лабораторних робіт (обговорення питань курсу, проблемних ситуацій, рефератів, розв'язування задач, написання тестів, виконання контрольних робіт);
- самостійна робота (самостійне вивчення теоретичного матеріалу, розв'язування задач, написання рефератів, підготовка презентацій та проектів, підготовка до іспиту).

### **Співробітництво**

Протягом навчання на практичних заняттях здобувачі будуть працювати у складі невеликих проектних груп. Вони повинні бути готові співпрацювати з членами своєї групи, доводити свою думку, домовлятися не враховуючи особисті інтереси та нести відповідальність за себе і команду. Наприкінці практичного заняття кожна команда представляє свою індивідуальну роботу, при цьому оцінюється робота, як кожного індивідуально, так і в команді. Метою застосування кейсів є формування у здобувачів проблемно-орієнтованого мислення та навичок прийняття управлінських рішень на основі багатофакторного аналізу складної ділової ситуації, зокрема: впровадження реалізму і практичного аспекту в процес засвоєння теоретичного матеріалу; опрацювання логіки та послідовності дослідження конкретної ділової ситуації та прийняття адекватного ділового рішення в сфері агробізнесу.

**Метою викладення дисципліни** є формування у здобувачів – майбутніх фахівців в сфері АПВ, знань з організації ринку, що є ефективним інструментом досягнення комерційних цілей підприємств, завдяки якісному та своєчасному забезпеченню потреб споживачів, шляхом пропонування їм конкурентоспроможної продукції.

### **Методи оцінювання**

1. Метод усного контролю. Усний контроль здійснюється шляхом опитування студентів.
2. Метод письмового контролю. Здійснюється за допомогою контрольних робіт, тестових завдань, вирішення задач, написання рефератів.
3. Метод самоконтролю. Передбачає формування у студентів уміння самостійно контролювати ступінь засвоєння навчального матеріалу, знаходити допущені помилки, неточності, визначати способи ліквідації виявлених недоліків.

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

### **Підсумкова оцінка**

Академічна успішність визначається оцінкою за 100-бальною шкалою і розглядається як підсумок балів, отриманих здобувачем на опорних контрольних зрізах знань навчального матеріалу відповідно до складу змістових модулів. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: модуль 1 – 30 % семестрової оцінки; модуль 2 – 30 % семестрової оцінки;

залік – 40 % семестрової оцінки. Терміни проведення опорних контрольних зрізів встановлюються робочою програмою курсу дисципліни і затверджуються графіком виконання навчального процесу.

Максимальна кількість балів, яку студент може отримати за заліковий модуль, надається структурою залікового кредиту, а реальна кількість отриманих балів реєструється викладачем у відомості поточного контролю навчальної роботи студента і в додатках до індивідуального плану відповідно до певного розділу дисципліни.

**Шкала оцінювання:**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
82-89	<b>B</b>	добре	
74-81	<b>C</b>		
64-73	<b>D</b>	задовільно	
60-63	<b>E</b>		
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

**ЗВЕРНІТЬ УВАГУ!** Невиконання будь-якого основного завдання по курсу є підставою для підсумкової оцінки «F», навіть якщо загальна сума балів (без оцінки за пропущене завдання) виявляється в діапазоні більш високої оцінки.

**Відвідуваність і участь**

Відвідування занять є обов'язковим і є запорукою якісного засвоєння матеріалу курсу та набуття спеціальних знань і навичок, що дозволяють набути фахових компетенцій та досягти результатів навчання, обумовлених цією програмою. Крім того, робота в групах під час аудиторних занять дозволить розвинути вміння працювати в команді, розвинути лідерські якості та набути досвіду спілкування. Пропуск занять зашкодить не тільки Вам, але і Вашій групі.

**Попередній календар курсу**

Тиждень	Тема	Підготовка
<b>Змістовий модуль 1. Методологічні аспекти ринку</b>		
<b>Тема 1. Суть маркетингу та його сучасна концепція</b>		
1-2	Суть маркетингу та його сучасна концепція	лекція
	Організація відділу маркетингу на підприємствах агробізнесу (робота в групах)	практична робота
	Види маркетингу та їх застосування.	самостійно
<b>Тема 2. Система маркетингових досліджень і маркетингова інформація</b>		
3-4	Система маркетингових досліджень і маркетингова інформація.	лекція
	Дослідження маркетингового середовища підприємства. Розробка стратегії маркетингу (робота в групах)	практична робота
	Статистичні методи в маркетинговому дослідженні.	самостійно
<b>Тема 3. Визначення ринкових можливостей підприємства</b>		
5-6	Визначення ринкових можливостей підприємства	лекція
	Визначення ринкових можливостей підприємства. Стратегії професійних продажів в агробізнесі (робота в групах).	практична робота
	Методи оцінки ринкових можливостей фірми.	самостійно

Тиждень	Тема	Підготовка
<b>Тема 4. Сегментування ринку, вибір цільових сегментів</b>		
7-8	Сегментування ринку, вибір цільових сегментів	лекція
	Сегментація ринку, вибір цільових сегментів (робота в групах).	практична робота
	Принципи сегментації ринку	самостійно
<b>Змістовий модуль 2. Розробка комплексу маркетингу</b>		
<b>Тема 5. Товарна політика підприємства.</b>		
9-10	Товарна політика підприємства.	лекція
	Товарна політика підприємства (робота в групах).	практична робота
	Життєвий цикл товарів.	самостійно
<b>Тема 6. Цінова політика підприємства</b>		
11-12	Цінова політика підприємства.	лекція
	Цінова політика підприємства (робота в групах).	практична робота
	Теорія еластичності попиту і ціни.	самостійно
<b>Тема 7. Маркетингова політика товаророзподілу та маркетингова політика товаропросування</b>		
13-14	Маркетингова політика товаророзподілу та маркетингова політика товаропросування.	лекція
	Технології професійних продажів в агробізнесі (робота в групах).	практична робота
	Управління каналами розподілу, торговельно-збутова діяльність підприємств агробізнесу	самостійно
<b>Тема 8. Управління маркетингом та контроль. Маркетингове планування</b>		
15	Управління маркетингом та контроль. Маркетингове планування.	лекція
	Оцінка маркетингової діяльності підприємств агробізнесу (робота в групах).	практична робота
	Види та структура маркетингового плану.	самостійно

#### Інформаційні ресурси

1. Офіційний веб-портал Верховної ради України <http://rada.gov.ua/>
2. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України <http://www.kmu.gov.ua/control/>
3. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України [www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua)
4. Офіційний сайт Всесвітньої торгової організації <http://wto.org/>
5. Офіційний сайт Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН <http://www.fao.org>
5. Офіційний сайт Міністерства сільського господарства США <https://www.fas.usda.gov>
6. Офіційний веб-сайт Федерації органічного руху України <http://www.organic.com.ua>
7. Проект «Розвиток органічного ринку в Україні» <https://ukraine.fibl.org/ua/>
8. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України <http://sfs.gov.ua/>
10. Веб-портал «АПК Інформ» <https://www.apk-inform.com/uk>
11. Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>
12. Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>
13. Бібліотека ХНТУСГ. URL: <https://library.khntusg.com.ua/>
14. Електронна бібліотека. URL: <http://lib.meta.ua/>
15. Студентська електронна бібліотека URL: <http://www.lib.ua-ru.net/>
16. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>