ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ФАХОВИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ РІК ЗАСНУВАННЯ - 1966

Відділення бакалаврської підготовки

Кафедра бізнес-економіки та маркетингу

СИЛАБУС

Базова інформація про дисципліну	
Шифр, назва дисципліни	DP092 Маркетинг АПК / Marketing of the Agro-Industrial Complex
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Галузь знань	07 «Бізнес, адміністрування та право»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	Маркетинг
Семестр	5 семестр
Курс	3 курс
Анотація курсу	Метою вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг АПК» є формування у здобувачів системи теоретичних знань і практичних навичок щодо дослідження аграрних та агропродовольчих ринків, розроблення товарних, цінових, збутових і комунікаційних рішень, організації маркетингової діяльності підприємств АПК та обґрунтування управлінських рішень у внутрішньому й міжнародному середовищі. Предмет дисципліни — теоретико-методичні засади та прикладний інструментарій маркетингової діяльності суб'єктів агропромислового комплексу. Місце дисципліни в освітній програмі: обов'язкова освітня компонента професійної підготовки, що інтегрує знання з маркетингу, досліджень, товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики.
Сторінка курсу в MOODLE	http://78.137.2.119:2929/course/view.php?id=1063
Мова викладання	українська
Лектор курсу	канд. екон. наук, доцент Маренич Анатолій Іванович канали комунікації: СДН «Moodle»: повідомлення в чаті; E-mail: marenychai@gmail.com
Місце дисципліни в освітній програмі	
Освітня програма	http://csbc.edu.ua/programs.php
Перелік загальних компетентностей (ЗК)	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.
Перелік спеціальних компетентностей (СК)	СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей

	маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
Перелік програмних результатів навчання	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок маркетингової діяльності. ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення. ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня та особливості поведінки їх суб'єктів. ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи до маркетингової діяльності та гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, критичності та самокритичності. ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі та пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації та належного використання професійної термінології.
Опис дисципліни	
Структура навантаження на студента	Загальна кількість годин – 120 Кількість кредитів ECTS – 4 Кількість лекційних годин – 22 Кількість практичних / семінарських годин – 23 Самостійна робота – 75 година Форма підсумкового контролю – залік
Методи навчання	Вербальні методи; пояснювально-демонстраційний і проблемний виклад; аналіз професійних ситуацій і кейсів; дискусія; робота в малих групах; розрахунково-аналітичні вправи; метод проєктів; робота з офіційною статистикою та цифровими джерелами; візуалізація даних; самостійна дослідницька робота; взаємооцінювання та презентація результатів.
Зміст дисципліни	
Тема 1. Сутність, система та специфіка маркетингу АПК	Маркетинг як ринкова концепція управління в агропромисловому комплексі; структура АПК; особливості попиту, пропозиції, сезонності, біологічних циклів, просторової розосередженості та ризику; функції й принципи агромаркетингу.
Тема 2. Маркетингове середовище та управління маркетинговою діяльністю підприємств АПК	Мікро- і макросередовище аграрного бізнесу; PESTLE, SWOT і стейкхолдерний аналіз; організація маркетингової служби; планування, бюджетування, KPI, контроль і маркетингові ризики.

Тема 3. Маркетингові дослідження, кон'юнктура та прогнозування аграрних ринків	Маркетингова інформаційна система; дизайн дослідження; кабінетні та польові методи; вибірка; оцінювання місткості, кон'юнктури, динаміки, сезонності й концентрації; базові методи прогнозування.
Тема 4. Сегментування аграрного ринку та поведінка покупців	Сегментування B2C- і B2B-ринків АПК; вибір цільових сегментів і позиціонування; поведінка споживачів продовольства й організаційних покупців; закупівельний центр, критерії цінності та клієнтські дані.
Тема 5. Маркетинг сільськогосподарської продукції: товарна політика, якість і конкурентоспроможність	Особливості аграрного і продовольчого товару; асортимент, бренд, упаковка й маркування; життєвий цикл; безпечність, якість і простежуваність; конкурентоспроможність та інновації.
Тема 6. Ціноутворення на товарних ринках АПК	Цілі та фактори ціноутворення; витратний, ціннісний і конкурентний підходи; особливості цін агропродовольчих товарів і ресурсів; еластичність, націнка, маржа, знижки, беззбитковість і сезонна цінова тактика.
Тема 7. Торговельно-збутова діяльність, канали розподілу та логістика в АПК	Функції розподілу і збуту; прямі та непрямі канали; гуртова, роздрібна, контрактна й електронна торгівля; вибір партнерів; логістика, запаси, холодовий ланцюг, втрати; багатоканальність і контроль ефективності каналів.
Тема 8. Маркетинг матеріально-технічних ресурсів і системи агропостачання	Специфіка B2B-маркетингу насіння, добрив, засобів захисту, техніки, обладнання, кормів і сервісів; закупівельний центр; сукупна вартість володіння; дилерська мережа, технічний сервіс, демонстрації, CRM і сезонний попит.
Тема 9. Маркетингові комунікації та цифровий маркетинг в АПК	Інтегровані комунікації; брендинг, реклама, PR, стимулювання, виставки, персональний продаж і польові заходи; цифрові канали, контент, воронка, ліди, конверсія, CPL, CAC, ROMI; репутаційні й кризові комунікації.
Тема 10. Міжнародний аграрний маркетинг, експорт і державне регулювання агропродовольчих ринків	Міжнародні агропродовольчі ринки; вибір експортного ринку і способу входу; адаптація маркетинг-міксу; торговельні, санітарні, фітосанітарні й технічні вимоги; базова логіка СОТ, торгівлі з ЄС та державного регулювання.

Політика дисципліни	
Політика відвідування	Регулярне відвідування всіх видів занять, своєчасність виконання самостійної роботи. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання зорганізується в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.
Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
Академічна доброчесність	У випадку недотримання політики академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво) передбачено повторне проходження оцінювання.
Використання ШІ	Використання ШІ під час виконання завдань регламентується Політикою «Використання ШІ в освітньому процесі ЧДБК» Завдання мають маркування регламенту використання ШІ.
Підсумковий контроль	Залік у кінці семестру

Система оцінювання

Система оцінювання підсумкової успішності студентів поділяється на **поточний контроль** та **семестровий контроль**.

Поточний контроль здійснюється протягом семестру і охоплює всі види аудиторної роботи (практичні, семінарські заняття) та виконання індивідуальних завдань. Максимальна кількість балів, яку студент може набрати за цей вид контролю, становить 100.

Підсумковий контроль

Відбуватися у формі іспиту.

Розрахунок підсумкової оцінки

Для предметів з іспитом: Підсумкова оцінка (О) розраховується як сума балів за роботу в семестрі (**S**) та балів за іспит (**Т**), кожен з яких має максимальну вагу 100 балів. Вагові коефіцієнти для обох компонентів однакові та дорівнюють **0,5**.

Формула: О=(S×0.5)+(Т×0.5)

Для предметів із заліком: Підсумкова оцінка базується виключно на балах, накопичених протягом семестру (**S**). Ваговий коефіцієнт у цьому випадку становить **1**.

Формула: О=S×1

Накопичування балів з навчальної дисципліни: поточний контроль

Види навчальної роботи	**Загальна кількість балів**
Усні відповіді за темами 1, 3, 5, 7, 9 по 5 балів	25
Практична робота за темами 2, 4, 6, 8 по 5 балів	20
Модульні контрольні (2 к.р. по 10 балів)	20
Тестування	15
Індивідуальна самостійна робота (проєкт)	20
Разом	**100**

Критерії оцінювання для кожного виду навчальної

Критерії оцінювання усних відповідей:

5 б. - Відповідь повна, логічно послідовна та глибока, із чітким розкриттям теми. Студент правильно використовує терміни, приклади та демонструє розуміння матеріалу. Мова грамотна, виразна та структурована.

4 б. - Відповідь загалом правильна і зрозуміла, але має незначні неточності або неповне розкриття теми. Використання термінів та прикладів правильне, проте менш ґрунтовне. Мова здебільшого грамотна, хоч і менш впевнена.

3.б. - Відповідь частково розкриває тему, присутні помилки чи неповнота аргументації. Використання термінів поверхове або неточне. Мова маловиразна, є труднощі з послідовністю викладу.

2.б. - Відповідь фрагментарна, з численними помилками і суттєвими прогалинами у знаннях. Логіка викладу слабка, приклади або терміни майже не використовуються. Мова рвана, із значними труднощами у формулюванні думок.

1.б. - Відповідь не розкриває тему, складається з уривчастих або неправильних тверджень. Відсутнє використання необхідних понять і прикладів. Мова хаотична, відповіді не зрозумілі.

Критерії практичних робіт:

5 б.- Робота виконана повністю, без суттєвих помилок і з дотриманням усіх вимог. Завдання розкрито правильно та самостійно, із використанням прикладів чи додаткових пояснень. Оформлення охайне, структуроване й зрозуміле.

4 б. - Робота виконана правильно, але є незначні неточності або неповне розкриття завдання. Студент у цілому володіє матеріалом, однак приклади чи пояснення менш повні. Оформлення здебільшого акуратне, але не завжди послідовне.

3.б.- Робота має помилки або пропуски, частина завдання розкрита поверхово. Є труднощі з правильним застосуванням понять і правил. Оформлення нечітке, зі слабкою структурою.

2.б. - Робота виконана частково, з численними помилками й суттєвими недоліками. Студент демонструє неповне розуміння завдання. Оформлення недбале, без чіткої логіки.
1.б. - Робота практично не виконана або містить лише окремі неправильні елементи. Завдання не розкрито, знання не продемонстровано. Оформлення відсутнє або хаотичне.

Критерії оцінювання модульних робіт
10 б.- Робота виконана без помилок, тема повністю розкрита й аргументована. Використані теоретичні знання та приклади, які свідчать про глибоке розуміння матеріалу. Оформлення бездоганне, логічне та структуроване.
9 б. - Робота майже бездоганна, допущені лише поодинокі неточності. Тема розкрита ґрунтовно, з прикладами та правильним використанням понять. Оформлення акуратне й послідовне.
8 б. - Робота правильна в основному, але є кілька дрібних помилок чи пропусків. Тема розкрита достатньо повно, однак без додаткової аргументації. Оформлення чітке, проте не завжди послідовне.
7 б. - Робота виконана загалом правильно, але частина матеріалу розкрита поверхово. Допущені неточності у термінах чи прикладах. Оформлення має недоліки.
6 б.- Робота виконана частково з помилками у викладенні матеріалу. Тема розкрита неповністю, аргументація слабка. Оформлення нечітке й фрагментарне.
5 б. - У роботі значна кількість помилок і неточностей. Тема розкрита поверхово, знання матеріалу недостатнє. Оформлення недбале, відсутня логіка викладу.
4 б. - Робота виконана лише частково, більшість відповідей неправильні. Тема майже не розкрита, матеріал засвоєний слабо. Оформлення хаотичне й неструктуроване.
3 б. - Робота містить окремі правильні елементи, але в цілому неправильна. Тема залишилася нерозкритою, знання дуже слабкі. Оформлення мінімальне й неакуратне.
2 б. - Робота практично не виконана, правильних відповідей майже немає. Знання матеріалу відсутні. Оформлення відсутнє або хаотичне.
1 б. - Робота не виконана або складається з неправильних та уривчастих відповідей. Завдання не розкрито зовсім. Оформлення відсутнє.

Критерії оцінювання індивідуальних робіт (проєктів)
20 б. - Проєкт виконаний на високому науковому й практичному рівні, з повним розкриттям теми. Є оригінальні ідеї, приклади та глибокий аналіз. Оформлення бездоганне, структуроване й творче.
19 б. - Проєкт майже бездоганний, із незначними несуттєвими недоліками. Тема розкрита повно, з використанням аргументів і прикладів. Оформлення акуратне й продумане.
18 б. - Робота якісна, проте містить кілька дрібних неточностей. Тема розкрита широко, але без додаткової глибини чи новизни. Оформлення правильне, хоч і менш креативне.
17 б. - Проєкт виконаний добре, але має певні недоліки у змісті чи структурі. Тема загалом розкрита, однак аналіз недостатньо глибокий. Оформлення послідовне, але не завжди чітке.
16 б. - Робота правильна в основному, однак є окремі помилки у фактах чи логіці. Тема розкрита неповністю. Оформлення охайне, проте без творчого підходу.
15 б. - Проєкт виконаний задовільно, але з помітними недоліками у змісті. Тема подана спрощено, прикладів і аналізу мало. Оформлення просте, місцями неакуратне.
14 б. - Робота містить значні неточності, частина матеріалу викладена поверхово. Тема розкрита частково, аргументація слабка. Оформлення має недоліки.
13 б. - Проєкт виконаний частково, є помилки та прогалини в знаннях. Тема не розкрита в повному обсязі. Оформлення непослідовне й недбале.
12 б. - Робота неповна, з численними неточностями й помилками. Тема розкрита лише частково, без аналізу й прикладів. Оформлення слабке.
11 б. - Проєкт виконаний фрагментарно, основний зміст майже не передано. Тема подана поверхово. Оформлення невдале й хаотичне.
10 б. - Робота має лише окремі правильні елементи. Тема не розкрита, знання матеріалу недостатні. Оформлення мінімальне.
9 б. - Проєкт виконаний слабко, правильних моментів дуже мало. Тема практично не висвітлена. Оформлення неякісне.
8 б. - Робота демонструє мінімальні знання. Тема не розкрита, аргументів і прикладів немає.

Оформлення відсутнє.
7 б. - Проєкт містить окремі спроби виконання завдання. Тема залишилася нерозкритою. Оформлення хаотичне.
6 б. - Робота показує лише слабке розуміння матеріалу. Тема практично не подана. Оформлення неструктуроване.
5 б. - Проєкт майже не виконаний, є лише фрагментарні елементи. Тема повністю не розкрита. Оформлення відсутнє.
4 б. - Робота не відповідає вимогам завдання. Тема зовсім не висвітлена. Є лише поодинокі записи чи спроби виконання.
3 б. - Проєкт виконаний формально, без змістовних елементів. Тема не розкрита. Оформлення відсутнє.
2 б. - Робота містить хаотичні, неправильні фрагменти. Тема не висвітлена. Рівень виконання мінімальний.
1 б. - Проєкт не виконаний або містить лише порожні записи. Тема повністю відсутня. Завдання не виконано.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ

Бали	Зміст
90-100 відмінно	**Бездоганна підготовка в широкому контексті.** Здобувач виявляє глибокі, системні знання навчального матеріалу, вільно орієнтується в першоджерелах та додатковій літературі, демонструє творчий підхід, аналітичне мислення та здатність застосовувати набуті компетентності в нестандартних ситуаціях.
80-89 дуже добре	**Повні знання, міцні вміння.** Здобувач володіє навчальним матеріалом у повному обсязі, впевнено застосовує практичні навички, вільно виконує передбачені програмою завдання, проте припускається несуттєвих неточностей або незначних помилок при викладенні окремих питань
70-79 добре	**Хороші знання та вміння.** Здобувач грамотно та по суті викладає матеріал, демонструє достатній рівень засвоєння практичних навичок, але припускається деяких неточностей у формулюваннях або має невеликі труднощі під час самостійного виконання складних завдань.
65-69 задовільно	**Задовільні знання, стереотипні вміння.** Здобувач знає основний навчальний матеріал в обсязі, необхідному для подальшого навчання, вирішує завдання за готовим алгоритмом (шаблоном), проте має прогалини в деталях та припускається помилок при самостійних висновках.
60-64 достатньо	**Виконання мінімальних вимог діяльності в стандартних умовах.** Здобувач демонструє засвоєння лише базового рівня матеріалу, спроможний виконувати лише найпростіші завдання в стандартних (знайомих) умовах під керівництвом викладача.
35-59 незадовільно	**Слабкі знання, відсутність вмінь.** Здобувач володіє лише фрагментарними знаннями, не здатний системно викласти матеріал чи застосувати вміння на практиці. Потрібне повторне складання (перескладання) для досягнення мінімального рівня.
1-34 незадовільно	**Необхідний повторний курс.** Здобувач демонструє повну відсутність необхідних знань та вмінь, що унеможливлює складання заборгованості без повторного вивчення навчальної дисципліни

Список рекомендованих джерел

1. Дудар Т. Г. Маркетинг в агропромисловому комплексі: теорія і практика : навч. посіб. Тернопіль : Горлиця, 1999. 162 с. (фундаментальні положення; статистичні та нормативні

дані потребують актуалізації).
2. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван Ї. Маркетинг 5.0. Технології наступного покоління. Київ : Наш Формат, 2021.
3. Kotler P., Keller K. L., Chernev A. Marketing Management. 16th ed. Pearson, 2022.
4. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України від 23.12.1997 № 771/97-ВР. База даних «Законодавство України».
5. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів : Закон України від 06.12.2018 № 2639-VIII. База даних «Законодавство України».
6. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції : Закон України від 10.07.2018 № 2496-VIII. База даних «Законодавство України».
7. Державна служба статистики України. Офіційний вебсайт: https://www.ukrstat.gov.ua/.
8. Міністерство аграрної політики та продовольства України. Офіційні матеріали на Урядовому порталі: https://www.kmu.gov.ua/tag/ministerstvo-agrarnoyi-politiki-ta-prodovolstva-ukrayini.
9. Державний аграрний реєстр. Офіційний вебресурс: https://www.dar.gov.ua/.
10. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). https://www.fao.org/.
11. WTO. Agriculture — 4th edition. Geneva : World Trade Organization, 2025. https://www.wto.org/.
12. European Commission. EU trade relations with Ukraine. https://policy.trade.ec.europa.eu/.
13. ISO 22000:2018. Food safety management systems — Requirements for any organization in the food chain. International Organization for Standardization. https://www.iso.org/.

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

1. Міністерство економіки та довкілля України. Офіційна інформація щодо розвитку сільського господарства, аграрної політики та ринків сільськогосподарської продукції. https://me.gov.ua/
2. Державна служба статистики України. Статистичні дані щодо виробництва, реалізації та економічних показників аграрного сектору. https://www.ukrstat.gov.ua/
3. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. Інформація про вимоги до якості, безпечності та обігу агропродовольчої продукції. https://dpss.gov.ua/
4. Latifundist.com. Інформаційно-аналітична платформа аграрного бізнесу України, досліджень аграрних ринків та діяльності агропідприємств. https://latifundist.com/
5. AgroPortal.ua. Галузевий інформаційний портал агропромислового комплексу України, аграрних ринків, цін та інновацій. https://agroportal.ua/