

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА»**

Факультет природничих наук

Кафедра лісознавства

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетинг в агрохімічній службі»

Освітня програма “Агрономія”

Спеціальність 201 “Агрономія”

Галузь знань 20 Аграрні науки та продовольство

Затверджено на засіданні кафедри

Протокол №1 від “04” вересня 2020 р.

м. Івано-Франківськ - 2020

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Маркетинг в агрохімічній службі
Викладач (-і)	К.с.-г.н., викладач Григорів Я.Я.
Контактний телефон викладача	0677652021
E-mail викладача	hryhorivsl@gmail.com
Формат дисципліни	вибіркова
Обсяг дисципліни	3 кредити ECTS, 90 год., з них: 16 год. лекційних та 14 год. практичних занять, 60 год. самостійна робота, вид контролю – залік.
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua/
Консультації	Згідно розкладу

2. Анотація до курсу

Маркетинг засобів хімізації в сільському господарстві передбачає надання аграрним товаровиробникам виробничих послуг у сфері хімізації сільськогосподарського виробництва, вивчення стану ґрунтів, агрохімічний моніторинг, паспортизацію земель, визначення ефективності застосування засобів хімізації (хімічних меліорантів, добрив, пестицидів і біологічно активних речовин), складання системи і планів застосування добрив, розробку рекомендацій з використання засобів хімізації, створення матеріально-технічної бази (склади, машини і механізми), добування і виробництво місцевих добрив, визначення балансу поживних речовин, впровадження в практику досягнень науки і передового досвіду з питань збереження та відтворення родючості земель тощо.

3. Мета та цілі курсу

Мета дисципліни – формування у магістрів теоретичних і практичних навиків з методичного і практичного забезпечення сільгоспвиробників засобами хімізації, оволодіння теоретичними основами агрохімічного забезпечення та обслуговування сільськогосподарських підприємств, товаровиробників, формування навичок із дослідження та застосування засобів хімізації у технологічних процесах вирощування сільськогосподарської продукції, збереженні та підвищенні родючості ґрунтів з урахуванням природних умов, спеціальних знань у галузі маркетингу, навичок щодо просування засобів хімізації на ринок з урахуванням необхідності задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності сервісного обслуговування з питань раціонального використання агрохімікатів, оволодіння новітніми технологіями використання агрохімікатів та вирощування сільськогосподарських культур, здійснення контролю стану ґрунтів і результатів застосування засобів хімізації.

Основними завданнями вивчення дисципліни “Маркетинг в агрохімічній службі” є:
формування у студентів знань та навичок з агрохімічного забезпечення сільгоспвиробників засобами хімізації, спеціальних знань у галузі маркетингу та забезпечення ефективної діяльності сервісного обслуговування з питань раціонального використання агрохімікатів з дотриманням вимог стандартів роботи сфери агрохімічного сервісу.

4. Результати навчання (компетентності)

- У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати*:
- методи та цілі маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві; основи організації та економіки підприємств сфери агрохімічного сервісу;
 - менеджмент виробництва і застосування засобів хімізації;
 - методику складання програм надання послуг для агрохімічного забезпечення та обслуговування;
 - методику обґрунтування технологій застосування нових добрив та елементів технологій вирощування культур, процес організації маркетингу по задоволенню потреб сільгоспвиробників у засобах хімізації;
 - маркетинг виробництва і застосування засобів хімізації;
 - системи маркетингового аналізу та інформації;
 - основи проведення маркетингових досліджень та інформаційного забезпечення;
 - роль реклами в агрохімічному сервісі;
 - формування попиту на засоби хімізації та стимулювання збуту товару в маркетинговій

діяльності;
 системи та стратегії ціноутворення на агрохімікати на основі маркетингу;
 особливості маркетингу в зовнішньоекономічній діяльності.

вміти:

ефективно застосовувати нові агрохімікати та елементи технології вирощування культур;
 організувати роботу агрохімічних лабораторій, обласних державних проектно-технологічних центрів охорони родючості ґрунтів і якості продукції, пунктів хімізації, підрозділів сфери агрохімічного сервісу;
 використовувати результати менеджменту і маркетингу для розширення послуг агрохімічного забезпечення та обслуговування, визначати і завойовувати ринок і партнерів;
 укладати договори на постачання, зберігання і застосування агрохімікатів, використовувати передовий досвід для реалізації агрохімічної продукції;
 організувати оптову та роздрібну торгівлю добривами та засобами захисту рослин;
 ефективно застосовувати нові агрохімікати та елементи технології вирощування культур;
 проводити маркетингові дослідження ринку, торгівельних операцій, інформації у сфері хімізації сільського господарства;
 особисто продавати та управляти збутом агрохімікатів;
 визначати і використовувати способи і методи інформаційних систем;
 контролювати умови зберігання, транспортування і внесення добрив і засобів захисту рослин;
 організувати діяльність маркетингової служби підприємств сфери агрохімічного сервісу, формувати її завдання та функції, розраховувати ефективність функціонування.

5. Організація навчання курсу

Обсяг курсу – 3 кредити ECTS, 90 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	16
практичні	14
самостійна робота	60

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
III	201 Агрономія	2 курс ОР «магістр»	вибірковий

Тематика курсу

Тема, план	Форма заняття	Література	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
Тема 1. Вступ. Завдання, функції та значення маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві.	Лекція 1	1-7	Ознайомитись з функціями та значенням маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві 2 год.	5	1 тиждень навчання
Оформлення ліцензії на зберігання та реалізацію мінеральних добрив та засобів захисту рослин.	Практичне заняття 1	1-7	Вивчити основи оформлення ліцензії на зберігання та реалізацію мінеральних добрив та засобів захисту рослин. 2 год.	5	2 тиждень навчання

Тема 2. Агрохімічне забезпечення та обслуговування в ринкових умовах.	Лекція 2	1-7	Розглянути агрохімічний моніторинг, паспортизацію земель і вивчення ефективності застосування нових агрохімікатів 2 год.	5	3 тиждень навчання
Система маркетингової інформації (збирання, класифікація, аналіз та розповсюдження інформації).	Практичне заняття 2	1-7	Проаналізувати систему маркетингової інформації (збирання, класифікація, аналіз та розповсюдження інформації). 2 год.	5	4 тиждень навчання
Тема 3. Менеджмент в агрохімічному сервісі.	Лекція 3	1-7	Ознайомитись із завданням і функціями менеджменту в сфері агрохімічного обслуговування. 2 год	5	5 тиждень навчання
Маркетингові дослідження ринку, торгівельних операцій, інформації у сфері хімізації сільського господарства.	Практичне заняття 3	1-7	Провести маркетингові дослідження ринку, торгівельних операцій, інформації у сфері хімізації сільського господарства. 2 год.	5	6 тиждень навчання
Тема 4. Реклама та її роль в маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві. Формування попиту на засоби хімізації та стимулювання збуту товару в маркетинговій діяльності.	Лекція 4	1-7	Ознайомитись із значенням реклами в агрохімічному забезпеченні та обслуговуванні. 2 год.	5	7 тиждень навчання
Методи і засоби агрохімічного забезпечення та обслуговування	Практичне заняття 4	1-7	Розглянути методи і засоби агрохімічного забезпечення та обслуговування 2 год.	5	8 тиждень навчання
Тема 5. Виробничий потенціал підприємств сфери агрохімічного сервісу.	Лекція 5	1-7	Розглянути та вивчити виробничі ресурси. Нематеріальні ресурси. Попит на засоби	5	9 тиждень навчання

			хімізації. Методи визначення та обґрунтування попиту. 2 год.		
Менеджмент агрохімічному сервісі.	Практичне заняття 5	1-7	Розглянути роль менеджменту в агрохімічному сервісі. 2 год.	5	10 тиждень навчання
Тема 6. Організація використання засобів виробництва у сфері хімізації. Процес організації маркетингу по задоволенню потреб сільгоспвиробників у засобах хімізації.	Лекція 6	1-7	Ознайомитись із процесом організації маркетингу по задоволенню потреб сільгоспвиробників в у засобах хімізації. 2 год	5	11 тиждень навчання
Рекламування та просування продукції у прямому маркетингу. Мерчандайзинг.	Практичне заняття 6	1-7	Вивчити, що таке мерчандайзинг. 2 год	5	12 тиждень навчання
Тема 7. Агрохімічна, економічна та екологічна ефективність маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві.	Лекція 7	1-7	Ознайомитись з економічною та екологічною ефективністю маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві 2 год.	5	13 тиждень навчання
Складання проектно-кошторисної документації на проведення хімічної меліорації, застосування пестицидів, добрив, окультурення ґрунтів.	Практичне заняття 7	1-7	Розробити проектно-кошторисної документації на проведення хімічної меліорації, застосування пестицидів, добрив, окультурення ґрунтів. 2 год	5	14 тиждень навчання
Тема 8. Розроблення методики визначення витрат на використання добрив, засобів захисту рослин, меліорантів, приріст урожаю, фітосанітарний стан та підвищення родючості ґрунту.	Лекція 8	1-7	Розглянути методики визначення витрат на використання добрив, засобів захисту рослин, меліорантів, приріст урожаю, фітосанітарний стан та підвищення родючості ґрунту. 2 год.	5	15 день навчання

6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	50 балів студенти отримує під час проведення лабораторних занять; 50 балів студент отримує за складання екзамену.
Вимоги до письмової роботи	Екзаменаційний білет містить 3 описові запитання та задачу. Описові теоретичні питання мають бути розписані тезисно, задача повинна бути подана з всіма покроковими розв'язками. Після написання роботи проходить усний захист (за потребою).
Семінарські заняття	Кожне практичне заняття оцінюється в 5 балів, 10 балів студент може отримати за оформлення і презентацію індивідуального завдання. Без захисту індивідуальної роботи студент не допускається до здачі екзамену.
Умови допуску до підсумкового контролю	Під час навчання на лабораторних заняттях отримати не менше 25 балів, а також, обов'язково захистити індивідуальну роботу згідно обраної тематики.

7. Політика курсу

Політика курсу «Маркетинг в агрохімічній службі» передбачає перездачу усіх невиконаних завдань в силу серйозних запізнь на заняття або пропущених пар без поважних причин. Студенти, які слухають дисципліну зобов'язані відпрацювати заняття/ невиконаний обсяг робіт (переписати контрольну роботу, написати реферат, виконати творчу роботу). У випадку невиконання студентами вищезначених вимог, запозичених робіт, випадків плагіату, виявів академічної недоброчесності (списування) студент буде недопущений до здачі підсумкового контролю (у разі якщо він не відпрацює пропущені заняття і не виконає обов'язкову навчальну програму). Якщо студент не ліквідував заборгованість і не набрав мінімум 50 балів, він буде спрямований на повторне вивчення навчальної дисципліни.

8. Рекомендована література

1. Економіка і організація аграрного сервісу / За ред. П.О. Мосіюка. – К.: ІАГ УААН, 2001. – 345 с.
2. Довідник працівника агрохімслужби / за ред. Б.С. Носка. – К.: Урожай, 1991. – 264 с.
3. Довідник з агрохімічного і агроекологічного стану ґрунтів України / за ред. Б.С. Носка. – К.: Урожай, 1994. – 336 с.
4. Патика В.П. Агроекологічний моніторинг та паспортизація сільськогосподарських земель / В.П. Патика, О.Г. Тараріко. – К.: Фітосоціоцентр, 2002. – 296 с.
5. Маркетинг в АПК. Навчальний посібник / За ред. Й.С. Завадського. – К.: Вид-во НАУ, 2003. – 140 с.
6. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку. / Близнюк С.В. – К.: Політехніка, 2003. – 384 с.
7. Основи маркетингу. // Андрусенко Г.О. – К.: Урожай, 1995. – 176 с.

Викладач  Григорів Я. Я.