

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет природничих наук

Кафедра лісового і аграрного менеджменту

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГ В АГРОХІМІЧНІЙ СЛУЖБІ

Рівень вищої освіти –**другий (магістерський)**

Освітня програма Агрономія

Спеціалізація (за наявності) Агрономія

Спеціальність 201 Агрономія

Галузь знань 20 Аграрні науки та продовольство

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 2 від “23” вересня 2025 р.

м. Івано-Франківськ – 2025 р.

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Маркетинг в агрохімічній службі
Викладач	Шеленко Діана Іванівна
Контактний телефон	+380990662326
E-mail викладача	diana.shelenko@cnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 год.
Курс / семестр	2/3
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/
Консультації	Консультації проводяться відповідно до Графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді та сайті кафедри https://kag.pnu.edu.ua/

2. Анотація до навчальної дисципліни

Курс «Маркетинг в агрохімічній службі» дає змогу здобувачам поглибити та засвоїти знання про дію ринкових механізмів економічної кон'юнктури конкурентного позиціонування підприємств агропродовольчого комплексу і сформувати практичні навички маркетингової діяльності у сфері товарної, цінової, розподільчої та комунікаційної політики з урахуванням динаміки зміни на внутрішньому та міжнародному агропродовольчому ринку.

3. Мета та цілі навчальної дисципліни

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. Програмні компетентності та результати навчання			
Інтегральна компетентність			
<p>ІК - Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері агрономії при здійсненні професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.</p>			
Загальні компетентності:			
<p>ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу; ЗК3. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми; ЗК4. Здатність працювати в міжнародному контексті; ЗК5. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>			
Фахові компетентності:			
<p>СК2 – здатність аналізувати та оцінювати сучасні проблеми, перспективи розвитку та науково-технічну політику в сфері агрономії; СК5 – здатність розв'язувати складні задачі у широких або мультидисциплінарних контекстах на основі спеціалізованих концептуальних знань, що включають сучасні наукові здобутки у сфері агрономії; СК8 – здатність до розробки та викладання навчальних дисциплін у закладах вищої та фахової перед вищої освіти.</p>			
Програмні результати навчання:			
<p>ПРН9 – вільно спілкуватися державною та іноземною мовами для обговорення результатів професійної діяльності, досліджень та інноваційних проектів у сфері аграрних наук та продовольства; ПРН10 – здійснювати ефективне управління персоналом і ресурсами, забезпечувати професійний розвиток персоналу, об'єктивно оцінювати результати діяльності колективу та внесок його учасників до цих результатів; ПРН11 – здійснювати бізнесове проектування і маркетингове оцінювання виконання і впровадження інноваційних розробок.</p>			

5. Організація навчальної дисципліни			
Обсяг навчальної дисципліни – 90 годин			
Загальна кількість			
16			
14			
60			
Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс/рік навчання	Норматив на/вибіркова
3	Н1 Агрономія	2	вибіркова
Тематика навчальної дисципліни			
Тема	Кількість годин		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Вступ. Завдання, функції та значення маркетингу засобів хімізації в сільському	1		2

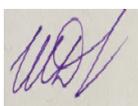
господарстві.			
Тема 2. Оформлення ліцензії на зберігання та реалізацію мінеральних добрив та засобів захисту рослин.	1		8
Тема 3. Агрохімічне забезпечення та обслуговування в ринкових умовах.	1		8
Тема 4. Система маркетингової інформації (збирання, класифікація, аналіз та розповсюдження інформації).	1		6
Тема 5. Менеджмент в агрохімічному сервісі.		2	8
Тема 6. Маркетингові дослідження ринку, торгівельних операцій, інформації у сфері хімізації сільського господарства.	2	2	4
Тема 7. Реклама та її роль в маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві. Формування попиту на засоби хімізації та стимулювання збуту товару в маркетинговій діяльності.	2	2	4
Тема 8. Методи і засоби агрохімічного забезпечення та обслуговування	2	2	6
Тема 9. Виробничий потенціал підприємств сфери агрохімічного сервісу.	2	2	6
Тема 10. Менеджмент в агрохімічному сервісі.	2	2	4
Тема 11. Організація використання засобів виробництва у сфері хімізації. Процес організації маркетингу по задоволенню потреб сільгоспвиробників у засобах хімізації..	2	2	4

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	Оцінка знань здобувачів освіти здійснюється за 100 бальною шкалою. 50 балів ЗО отримує під час проведення практичних занять; 50 балів здобувач освіти отримує за складання заліку.
Вимоги до письмових робіт	Підсумкові письмові роботи виконуються у формі контрольної роботи. Контрольні роботи складаються з 5 завдань кожне з завдань оцінюється максимально 10 балами.
Практичні заняття	При оцінюванні практичних занять враховується: рівень теоретичної підготовки та виконання завдань для СРС, розуміння мети та завдання роботи, самостійність та акуратність виконання і оформлення роботи, якість отриманих результатів, заповнення таблиць, виконання малюнків тощо, логічність та грамотність зроблених висновків.
Умови допуску до підсумкового контролю	Підсумкова оцінка виставляється після повного вивчення навчальної дисципліни, яка виводиться як сума проміжних оцінок, які отримав ЗО. Здобувач освіти допускається до заліку за умови виконання усіх запланованих видів робіт та отримання 25 і більше балів (максимально – 50).
Підсумковий	Форма контролю - залік.

КОНТРОЛЬ	
7. Політика навчальної дисципліни	
Академічна доброчесність	Політика дисципліни передбачає дотримання правил поведінки ЗО і викладачів, передбачених Кодексом честі Карпатського національного університету імені Василя Стефаника.
Відвідування занять	ЗО зобов'язані відвідувати усі заняття (лекції та практичні), незалежно у якій формі вони проводяться (аудиторно, дистанційно, індивідуальний графік навчання). Систематичні пропуски занять, без поважних на те причин, є підставою для недопущення до складання семестрового контролю. Пропуски занять за поважних причин, підтверджених документально, відпрацьовуються. У будь-якому випадку. ЗО зобов'язані дотримуватися термінів виконання усіх передбачених видів робіт.
8.Рекомендована література	
<p style="text-align: center;">Література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Майовець Є.Й. Аграрний маркетинг: навч.посіб. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 228 с. 2. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посіб.: Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2015.449 с. 3. Майовець Є.Й., Кузик О.В. Маркетингові комунікації. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 192 с. 4. Аналітична економія: Макроекономіка і мікроекономіка: Підручник : у 2 кн. За ред. С.М. Панчишина, П.І. Островерха.Кн. 2 : Мікроекономіка. 2-ге вид., виправл. і доповн. К. : Знання, 2014. 390 с. 4. U.M. Karbivska, A.O. Butenko, N.M. Asanishvili, I.M. Malinovskaya, A.V.Holodna, H.S. Konyk, H.Ya. Panakhyd, A.H. Dzyubailo. H.M. Solovei, N.Ya. Hetman, M.D. Voloshchuk, Ya.Ya. Hryhoriv, O.Yu.Turak, O.D. Turak. Economic and energy efficiency of growing cereal grasses. <i>Modem Phytomorphology</i>. 5. Hryhoriv Ya., Butenko, A., Nechyporenko V., Lyshenko M., Ustik T., Zubko V., Makarenko N., Mushtai V. (2021). Economic Efficiency of <i>Camelina sativa</i> Growing with nutrition optimization under coditions of Precarpathians of Ukraine. <i>Journal of Agricultural Science</i>, 2 • XXXII • 232–238 6. Григорів Я.Я. Економічна ефективність вирощування рижію ярого в умовах Прикарпаття. <i>Вісник Полтавської державної аграрної академії: агрономія</i>. 2012. - №1. С.198 – 201. 7. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. 	

Викладач



Діана ШЕЛЕНКО