

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Кафедра землеробства, ґрунтознавства та агрохімії**

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

**Завідувач кафедри**

\_\_\_\_\_ (Харченко О.В.)  
“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2019 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ВБС 3.3 Маркетинг засобів хімізації в сільському господарстві**

**Спеціальність: 201 Агрономія**

**Факультет: Агротехнологій та природокористування**

**2019-2020 навчальний рік**

Робоча програма з дисципліни «**Маркетинг засобів хімізації в сільському господарстві**» для студентів за спеціальністю **201- Агрономія**.

Розробники:

Давиденко Г.А., доцент кафедри землеробства, ґрунтознавства та агрохімії, канд. с.-г. наук \_\_\_\_\_

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри *землеробства, ґрунтознавства та агрохімії*.

Протокол № 21 від “22” квітня 2019 року.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  
(підпис)

**(О.В. Харченко)**  
(прізвище та ініціали)

**Погоджено:**

Декан факультету \_\_\_\_\_ (І. М. Коваленко)  
на якому викладається дисципліна

Декан факультету \_\_\_\_\_ (І. М. Коваленко)  
до якого належить кафедра

Методист навчального відділу \_\_\_\_\_ (Г. О. Бабошина)

Зареєстровано в електронній базі: дата: \_\_\_\_\_ 2019 р.

© СНАУ, 2019 рік

© Давиденко Г.А., 2019 рік

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – <b>4,5</b>	Галузь знань <b>20 Аграрні науки та продовольство</b>	<i>Вибіркова</i>	
	Спеціальність: <b>201 Агрономія</b>		
Модулів – <b>2</b>	Освітній ступінь: <i>магістр</i>	<b>Рік підготовки:</b>	
Змістових модулів: <b>2</b>		2019-2020-й	
		<b>Курс</b>	
		<b>1 м</b>	<b>1 м</b>
		<b>Семестр</b>	
Загальна кількість годин - <b>135</b>		<b>2-й</b>	<b>2-й</b>
		<b>Лекції</b>	
		30 год.	10 год.
		<b>Лабораторні</b>	
		30 год.	10 год.
	<b>Самостійна робота</b>		
	75 год.	115 год.	
	Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – <b>2</b> самостійної роботи студента – <b>6</b>		
	Вид контролю:		
	<i>Екзамен</i>	<i>Екзамен</i>	

### Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить (%):

для денної форми навчання – 44,4/55,6 (60/75)

для заочної форми навчання – 14,8/85,2 (20/115)

## 2. Мета та завдання 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.

**Завдання навчальної дисципліни:** 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.

***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; методика складання програм надання послуг для агрохімічного забезпечення та обслуговування; методика 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; організовувати 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;

- організовувати 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; організовувати діяльність маркетингової служби підприємств сфери агрохімічного сервісу, формувати її завдання та функції, розраховувати ефективність функціонування.

### **3. Програма навчальної дисципліни**

Програма навчальної дисципліни «Маркетинг засобів хімізації в сільському господарстві» для підготовки фахівців ОКР «Магістр» спеціальності 201- Агрономія у вищих навчальних закладах затверджена Вченою радою Сумського національного аграрного університету (протокол №12 від 02.07.2018 р.).

#### **Вступ**

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.

Науково-обґрунтована система ведення господарства спрямована на створення оптимальних умов для самовідновлення, підвищення родючості ґрунту. Продуктивність землі залежить від технологічних (добрива й інші засоби хімізації), технічних і організаційних засобів виробництва. Від уміння поєднати останні з працею залежить ефективність самої праці на землі. Складовою ефективного використання землі є застосування органічних і мінеральних добрив, хімічних меліорантів, пестицидів.

Останнім часом в Україні став дуже популярним термін “маркетинг”. І це не випадково. Нові часи – нові орієнтири. Орієнтир сучасного ринку – споживач. А досконале знання потреб та виробництво товарів, що їх задовольняють – єдина можливість досягти цілей, пов’язаних з прибутком, збільшенням обсягу продажу, проникнення на нові ринки. А маркетинг – це одна з дисциплін, професійно вивчаючих ринок.

Сучасний маркетинг – це складне соціальне явище. Маркетинг нині сприймається як вираження орієнтованого на ринок управлінського стилю мислення, а інколи й агресивні підходи. Маркетологам належить не тільки реагувати на розвиток обставин, брати до уваги параметри зовнішнього середовища, а й намагатися змінити їх.

**Змістовий модуль 1. Завдання і функції маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві.**

**Тема 1. Вступ. Завдання, функції та значення маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві.**

Структура, завдання і функції маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві.

Значення агрохімічного забезпечення та обслуговування у розвитку агрохімічної служби, виробництва товарів для населення і сировини для промисловості.

Державні підприємства, комерційні та посередницькі структури маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві, напрямки їх діяльності, завдання і функції.

## **Тема 2. Агрохімічне забезпечення та обслуговування в ринкових умовах.**

Агрохімічний моніторинг, паспортизація земель і вивчення ефективності застосування нових агрохімікатів.

Особливості економічних відносин між товаровиробником і сферою агрохімічного сервісу.

## **Тема 3. Менеджмент в агрохімічному сервісі.**

Завдання і функції менеджменту в сфері агрохімічного обслуговування.

Виробничий менеджмент в агрохімічному сервісі.

Аналіз діяльності підприємств, господарств за застосуванням засобів хімізації з метою отримання прогнозованої продукції, збереження і підтримання родючості ґрунтів.

## **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.**

Реклама в агрохімічному забезпеченні та обслуговуванні.

Рекламування та просування продукції у прямому маркетингу.

Роль ціни та маркетингових тарифів.

Обґрунтування маркетингового кредиту на послуги.

## **Тема 5. Виробничий потенціал підприємств сфери агрохімічного сервісу.**

Виробничі ресурси. Нематеріальні ресурси.

Попит на засоби хімізації. Методи визначення та обґрунтування попиту.

Ресурсний потенціал.

Напрями агрохімічного забезпечення та обслуговування.

## **Змістовий модуль 2. Практичні засади маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві.**

### **Тема 6. Організація використання засобів виробництва у сфері хімізації. Процес організації маркетингу по задоволенню потреб сільгоспвиробників у засобах хімізації.**

Джерела фінансування, зношування засобів виробництва.

Обслуговування системи машин у сфері агрохімічного сервісу, економічна ефективність їх застосування.

Прогресивні технології агрохімічного забезпечення та обслуговування. Інформаційно-програмне забезпечення.

Аналіз можливостей ринку добрив та засобів захисту рослин.

Особливості економічних відносин між товаровиробником і сферою агрохімічного сервісу.

Основні сфери маркетингових досліджень. Ефективність маркетингу в сфері хімізації сільського господарства.

### **Тема 7. Планування і прогнозування в агрохімічній службі, поширення агрохімічних товарів та послуг.**

Методика складання бізнес-планів.

Планування обсягу перевезень і внесення засобів хімізації, потреби в транспортних засобах.

Обґрунтування технологічного попиту на агрохімікати і засоби механізації у процесі їх застосування. Проектно-кошторисна документація.

Методика і процедура складання договорів (угод). Витрати на виробничі послуги та їх собівартість.

Економіка та організація виготовлення, транспортування, зберігання та використання мінеральних добрив, агрохімікатів.

Економічна ефективність надання виробничих послуг.

**Тема 8. Організація виробничих відносин між товаровиробником та підрозділами агрохімічного сервісу.**

Кредити і лізинг у агрохімічному обслуговуванні.

Роль ціни та маркетингових тарифів.

Обґрунтування маркетингового кредиту на послуги.

Оптимізація застосування засобів хімізації.

Складська обробка засобів хімізації на базах, складах, посередницьких підприємствах. Вивчення середовища міжнародного маркетингу по реалізації добрив і засобів захисту рослин.

Організація експорту засобів хімізації через спільні підприємства, управління по контракту, підрядне виробництво.

**Тема 9. Агрохімічна, економічна та екологічна ефективність маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві.**

Агрохімічний контроль за технічними засобами внесення агрохімікатів.

Економічна ефективність надання виробничих послуг.

Екологічний контроль за технічними засобами внесення агрохімікатів.

Агротехнічні аспекти застосування змінних форм агрохімікатів, їх безпечність для навколишнього середовища.

**Тема 10. Розроблення методики визначення витрат на використання добрив, засобів захисту рослин, меліорантів, приріст урожаю, фітосанітарний стан та підвищення родючості ґрунту.**

Складання технологічних карт використання добрив, засобів захисту рослин, та проектно-кошторисної документації в умовах конкретного господарства.

Розробка системи інтегрованого захисту рослин в розрізі полів і культур.

Ефективність сервісного забезпечення та обслуговування, впровадження досягнень науки і передового досвіду.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		лек	пз	лаб.	інд.	с.р.		лек	пз	лаб.	інд.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Модуль 1. Завдання і функції маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві.</b>												
<b>Змістовий модуль 1. Завдання і функції маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві.</b>												
<b>Тема 1.</b> Вступ. Завдання, функції та значення маркетингу засобів хімізації в	12	3		3		6	12	1	1			10

сільському господарстві.												
<b>Тема 2.</b> Агрохімічне забезпечення та обслуговування в ринкових умовах.	12	3	3	6	12	1	1					10
<b>Тема 3.</b> Менеджмент в агрохімічному сервісі.	12	3	3	6	12	1	1					10
<b>Тема 4.</b> Реклама та її роль в маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві. Формування попиту на засоби хімізації та стимулювання збуту товару в маркетинговій діяльності.	12	3	3	6	12	1	1					10
<b>Тема 5.</b> Виробничий потенціал підприємств сфери агрохімічного сервісу.	12	3	3	6	12	1	1					10
<b>Разом за змістовим модулем 1:</b>	<b>60</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>	<b>60</b>	<b>5</b>	<b>5</b>					<b>50</b>
<b>Усього годин:</b>	<b>60</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>	<b>60</b>	<b>5</b>	<b>5</b>					<b>50</b>
<b>Модуль 2. Практичні засади роботи служби маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві.</b>												
<b>Змістовий модуль 2. Практичні засади роботи служби агрохімічного сервісу та маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві.</b>												
<b>Тема 6.</b> Організація використання засобів виробництва у сфері хімізації. Процес організації маркетингу по задоволенню потреб сільгоспвиробників у засобах хімізації.	15	3	3	9	14	1	1					12
<b>Тема 7.</b> Планування і прогнозування в агрохімічній службі, поширення агрохімічних товарів та послуг.	15	3	3	9	14	1	1					12
<b>Тема 8.</b> Організація виробничих відносин між товаровиробником та підрозділами агрохімічного сервісу.	15	3	3	9	14	1	1					12
<b>Тема 9.</b> Агрохімічна, економічна та екологічна ефективність маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві.	15	3	3	9	16	1	1					14
<b>Тема 10.</b> Розроблення	15	3	3	9	17	1	1					15



методики визначення витрат на використання добрив, засобів захисту рослин, меліорантів, приріст урожаю, фітосанітарний стан та підвищення родючості ґрунту.												
<b>Разом за змістовим модулем 2:</b>	<b>75</b>	<b>15</b>		<b>15</b>		<b>45</b>	<b>75</b>	<b>5</b>	<b>5</b>			<b>65</b>
<b>Усього годин:</b>	<b>75</b>	<b>15</b>		<b>15</b>		<b>45</b>	<b>75</b>	<b>5</b>	<b>5</b>			<b>65</b>
ІНДЗ:												
<b>Усього годин:</b>	<b>135</b>	<b>30</b>		<b>30</b>		<b>75</b>	<b>135</b>	<b>10</b>	<b>10</b>			<b>115</b>

### 5. Теми та план лекційних занять (денна форма навчання)

№ з/п	Назва теми та план	Кількість годин
1	<b>Тема 1. Завдання, функції та значення маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві.</b> <b>План.</b> 1. Структура, завдання і функції маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві. 2. Значення агрохімічного забезпечення та обслуговування у розвитку агрохімічної служби, виробництва товарів для населення і сировини для промисловості. 3. Державні підприємства, комерційні та посередницькі структури маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві, напрямки їх діяльності.	3
2	<b>Тема 2. Агрохімічне забезпечення та обслуговування в ринкових умовах.</b> <b>План.</b> 1. Агрохімічний моніторинг, паспортизація земель і вивчення ефективності застосування нових агрохімікатів. 2. Особливості економічних відносин між товаровиробником і сферою агрохімічного сервісу.	3
3	<b>Тема 3. Менеджмент в агрохімічному сервісі.</b> <b>План.</b> 1. Завдання і функції менеджменту в сфері агрохімічного обслуговування. 2. Виробничий менеджмент в агрохімічному сервісі. 3. Аналіз діяльності підприємств, господарств за застосуванням засобів хімізації з метою отримання прогнозованої продукції, збереження і підтримання родючості ґрунтів.	3
4	<b>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.</b>	3

	<p><b>План.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Реклама в агрохімічному забезпеченні та обслуговуванні.</li> <li>2. Рекламування та просування продукції у прямому маркетингу.</li> <li>3. Роль ціни та маркетингових тарифів.</li> <li>4. Обґрунтування маркетингового кредиту на послуги.</li> </ol>	
5	<p><b>Тема 5. Виробничий потенціал підприємств сфери агрохімічного сервісу.</b></p> <p><b>План.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виробничі ресурси. Нематеріальні ресурси.</li> <li>2. Попит на засоби хімізації. Методи визначення та обґрунтування попиту.</li> <li>3. Ресурсний потенціал.</li> <li>4. Напрями агрохімічного забезпечення та обслуговування.</li> </ol>	3
6	<p><b>Тема 6. Організація використання засобів виробництва у сфері хімізації. Процес організації маркетингу по задоволенню потреб сільгоспвиробників у засобах хімізації.</b></p> <p><b>План.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Джерела фінансування, зношування засобів виробництва.</li> <li>2. Обслуговування системи машин у сфері агрохімічного сервісу, економічна ефективність їх застосування.</li> <li>3. Прогресивні технології агрохімічного забезпечення та обслуговування. Інформаційно-програмне забезпечення.</li> <li>4. Аналіз можливостей ринку добрив та засобів захисту рослин.</li> <li>5. Особливості економічних відносин між товаровиробником і сферою агрохімічного сервісу.</li> <li>6. Основні сфери маркетингових досліджень. Ефективність маркетингу в сфері хімізації сільського господарства.</li> </ol>	3
7	<p><b>Тема 7. Планування і прогнозування в агрохімічній службі, поширення агрохімічних товарів та послуг.</b></p> <p><b>План.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методика складання бізнес-планів.</li> <li>2. Планування обсягу перевезень і внесення засобів хімізації, потреби в транспортних засобах.</li> <li>3. Обґрунтування технологічного попиту на агрохімікати і засоби механізації у процесі їх застосування.</li> <li>4. Проектно-кошторисна документація.</li> <li>5. Методика і процедура складання договорів (угод).</li> <li>6. Витрати на виробничі послуги та їх собівартість.</li> <li>7. Економіка та організація виготовлення, транспортування, зберігання та використання мінеральних добрив, агрохімікатів.</li> <li>8. Економічна ефективність надання виробничих послуг.</li> </ol>	3
8	<p><b>Тема 8. Організація виробничих відносин між товаровиробником та підрозділами агрохімічного сервісу.</b></p> <p><b>План.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Кредити і лізинг у агрохімічному обслуговуванні.</li> </ol>	3

	<p>2. Роль ціни та маркетингових тарифів.</p> <p>3. Обґрунтування маркетингового кредиту на послуги.</p> <p>4. Оптимізація застосування засобів хімізації.</p> <p>5. Складська обробка засобів хімізації на базах, складах, посередницьких підприємствах.</p> <p>6. Вивчення середовища міжнародного маркетингу по реалізації добрив і засобів захисту рослин.</p> <p>7. Організація експорту засобів хімізації через спільні підприємства, управління по контракту, підрядне виробництво.</p>	
9	<p><b>Тема 9. Агрохімічна, економічна та екологічна ефективність маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві.</b></p> <p><b>План.</b></p> <p>1. Агрохімічний контроль за технічними засобами внесення агрохімікатів.</p> <p>2. Економічна ефективність надання виробничих послуг.</p> <p>3. Екологічний контроль за технічними засобами внесення агрохімікатів.</p> <p>4. Агротехнічні аспекти застосування змінних форм агрохімікатів, їх безпечність для навколишнього середовища.</p>	3
10	<p><b>Тема 10. Розроблення методики визначення витрат на використання добрив, засобів захисту рослин, меліорантів, приріст урожаю, фітосанітарний стан та підвищення родючості ґрунту.</b></p> <p><b>План.</b></p> <p>1. Складання технологічних карт використання добрив, засобів захисту рослин, меліорантів та проектно-кошторисної документації в умовах конкретного господарства.</p> <p>2. Розробка системи інтегрованого захисту рослин в розрізі полів і культур.</p> <p>3. Ефективність сервісного забезпечення та обслуговування, впровадження досягнень науки і передового досвіду.</p>	3
	<b>Разом:</b>	<b>30</b>

### **6. Теми та план лекційних занять (заочна форма навчання)**

№ з/п	Назва теми та план	Кількість годин
1	<p><b>Тема 1. Завдання, функції та значення маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві. Агрохімічне забезпечення та обслуговування в ринкових умовах. Менеджмент в агрохімічному сервісі.</b></p> <p><b>План.</b></p> <p>1. Структура, завдання і функції маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві.</p> <p>2. Значення агрохімічного забезпечення та обслуговування у розвитку агрохімічної служби, виробництва товарів для</p>	2

	<p>населення і сировини для промисловості.</p> <p>3. Державні підприємства, комерційні та посередницькі структури агрохімічного сервісу, напрямки їх діяльності.</p> <p>4. Агрохімічний моніторинг, паспортизація земель і вивчення ефективності застосування нових агрохімікатів.</p> <p>5. Особливості економічних відносин між товаровиробником і сферою агрохімічного сервісу.</p> <p>6. Завдання і функції менеджменту в сфері агрохімічного обслуговування.</p> <p>Виробничий менеджмент в агрохімічному сервісі.</p> <p>7. Аналіз діяльності підприємств, господарств за застосуванням засобів хімізації з метою отримання прогнозованої продукції, збереження і підтримання родючості ґрунтів.</p>	
2	<p><b>Тема 2. Реклама та її роль в маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві. Формування попиту на засоби хімізації та стимулювання збуту товару в маркетинговій діяльності.</b></p> <p><b>План.</b></p> <p>1. Реклама в агрохімічному забезпеченні та обслуговуванні.</p> <p>2. Рекламування та просування продукції у прямому маркетингу.</p> <p>3. Роль ціни та маркетингових тарифів.</p> <p>4. Обґрунтування маркетингового кредиту на послуги.</p> <p>5. Виробничі ресурси. Нематеріальні ресурси.</p>	2
3	<p><b>Тема 3. Виробничий потенціал підприємств сфери маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві. Процес організації маркетингу по задоволенню потреб сільгоспвиробників у засобах хімізації.</b></p> <p><b>План.</b></p> <p>1. Попит на засоби хімізації. Методи визначення та обґрунтування попиту.</p> <p>2. Ресурсний потенціал. Напрями агрохімічного забезпечення та обслуговування.</p> <p>3. Обслуговування системи машин у сфері агрохімічного сервісу, економічна ефективність їх застосування.</p> <p>4. Прогресивні технології агрохімічного забезпечення та обслуговування.</p> <p>Інформаційно-програмне забезпечення.</p> <p>5. Особливості економічних відносин між товаровиробником і сферою агрохімічного сервісу. Ефективність маркетингу в сфері хімізації сільського господарства.</p>	2
4	<p><b>Тема 4. Планування і прогнозування в агрохімічній службі, поширення агрохімічних товарів та послуг.</b></p> <p><b>План.</b></p> <p>1. Методика складання бізнес-планів. Планування обсягу перевезень і внесення засобів хімізації, потреби в транспортних засобах.</p>	2

	<p>2. Обґрунтування технологічного попиту на агрохімікати і засоби механізації у процесі їх застосування. Проектно-кошторисна документація.</p> <p>Методика і процедура складання договорів (угод).</p> <p>3. Економіка та організація виготовлення, транспортування, зберігання та використання мінеральних добрив, агрохімікатів.</p>	
5	<p><b>Тема 5. Агрохімічна, економічна та екологічна ефективність маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві. Розроблення методики визначення витрат на використання добрив, засобів захисту рослин, меліорантів.</b></p> <p><b>План.</b></p> <p>1. Економічна ефективність надання виробничих послуг. Кредити і лізинг у агрохімічному обслуговуванні.</p> <p>2. Роль ціни та маркетингових тарифів. Обґрунтування маркетингового кредиту на послуги.</p> <p>3. Складська обробка засобів хімізації на базах, складах, посередницьких підприємствах.</p> <p>4. Агрохімічний та екологічний контроль за технічними засобами внесення агрохімікатів. Агротехнічні аспекти застосування змінних форм агрохімікатів, їх безпечність для навколишнього середовища.</p> <p>5. Складання технологічних карт використання добрив, засобів захисту рослин, меліорантів та проектно-кошторисної документації в умовах конкретного господарства.</p> <p>6. Ефективність сервісного забезпечення та обслуговування, впровадження досягнень науки і передового досвіду.</p>	2
	<b>Разом:</b>	<b>10</b>

### 7. Теми лабораторних занять (денна форма навчання)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Вимоги до оптової та роздрібної торгівлі добривами та засобами захисту рослин.	2
2	Оформлення ліцензії на зберігання та реалізацію мінеральних добрив та засобів захисту рослин.	2
3	Вивчення методів реалізації агрохімічної продукції на виставках та при проведенні «Дня поля».	2
4	Система маркетингової інформації (збирання, класифікація, аналіз та розповсюдження інформації).	2
5	Маркетингові дослідження ринку, торговельних операцій, інформації у сфері хімізації сільського господарства.	2
6	Товари повсякденного попиту, попереднього вибору, особливого попиту і пасивного попиту. Марочна назва, товарний знак, авторське право.	2
7	Особистий продаж та управління збутом агрохімікатів.	2
8	Методи і засоби агрохімічного забезпечення та обслуговування	2

9	Ефективність агрохімічного сервісу та маркетингу засобів хімізації в сільському господарстві	2
10	Контроль та реалізація засобів хімізації сільського господарства	2
11	Менеджмент в агрохімічному сервісі.	2
12	Рекламування та просування продукції у прямому маркетингу. Мерчандайзинг.	2
13	Обґрунтування технологічного попиту на агрохімікати і засоби механізації у процесі їх застосування.	2
14	Складання проектно-кошторисної документації на проведення хімічної меліорації, застосування пестицидів, добрив, окультурення ґрунтів.	2
15	Складання договорів на купівлю, транспортування і застосування добрив. Процес укладання договорів.	2
	<b>Разом:</b>	<b>30</b>

### 8. Теми лабораторних занять (заочна форма навчання)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Провідні світові виробники мінеральних добрив, засобів захисту рослин, їх номенклатура і характеристика. Вимоги до оптової та роздрібною торгівлі добривами та засобами захисту рослин. Підбір господарств для агрохімічного забезпечення та обслуговування.	2
2	Виробничий менеджмент в агрохімічному сервісі. Оформлення ліцензії на зберігання та реалізацію мінеральних добрив та засобів захисту рослин. Вивчення методів реалізації агрохімічної продукції на виставках та при проведенні «Дня поля».	2
3	Рекламування та просування продукції у прямому маркетингу. Маркетингові дослідження ринку, торгівельних операцій, інформації у сфері хімізації сільського господарства. Обґрунтування технологічного попиту на агрохімікати і засоби механізації у процесі їх застосування. Планування обсягу перевезень і внесення засобів хімізації, потреби в транспортних засобах.	2
4	Складання проектно-кошторисної документації на проведення хімічної меліорації, застосування пестицидів, добрив, окультурення ґрунтів. Складання договорів на купівлю добрив. Особистий продаж агрохімікатів. Мерчандайзинг.	2
5	Контроль регламенту застосування агрохімікатів. Екологічний контроль за технічними засобами внесення агрохімікатів, їх безпечність для навколишнього середовища. Окупність засобів хімізації. Розробка системи інтегрованого захисту та удобрення в розрізі полів і культур. Прогнозування врожайності і визначення ефективності добрив.	2
	<b>Разом:</b>	<b>10</b>

### 9. Самостійна робота (денна форма навчання)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Методи агрохімічних досліджень, історія створення та існування агрохімічної служби в нашій країні.	6
2	Світовий досвід з агрохімічного обслуговування сільськогосподарського виробництва.	6
3	Вивчення існуючого та потенційного попиту покупців. Значення планування у забезпеченні успішної діяльності агрохімічного сервісного обслуговування.	6
4	Основні аспекти маркетингу та його особливості в агрохімічному забезпеченні та обслуговуванні. Маркетингові дослідження та інформаційне забезпечення ринку засобів хімізації.	6
5	Стратегія ціноутворення на основі маркетингу. Методи встановлення цін на агрохімікати.	6
6	Класифікація реклами за типом її носія та об'єктом. Контроль ефективності реклами.	9
7	Прямий маркетинг в фермерських та особистих селянських господарствах. Переваги та недоліки прямого маркетингу для виробника і споживача.	9
8	Формування попиту та стимулювання збуту агрохімікатів, вибір препаратів різних фірм-виробників. Генеричні препарати.	9
9	Окупність засобів хімізації. Показники економічної ефективності агрохімічного сервісу.	9
10	Форми міжнародної маркетингової діяльності та їх характеристика. Шляхи розвитку економічного співробітництва вітчизняних виробників агрохімікатів із зарубіжними партнерами.	9
	<b>Разом:</b>	<b>75</b>

### 10. Самостійна робота (заочна форма навчання)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Методи агрохімічних досліджень, історія створення та існування агрохімічної служби в нашій країні.	10
2	Світовий досвід з агрохімічного обслуговування сільськогосподарського виробництва.	10
3	Вивчення існуючого та потенційного попиту покупців. Значення планування у забезпеченні успішної діяльності агрохімічного сервісного обслуговування.	10
4	Основні аспекти маркетингу та його особливості в агрохімічному забезпеченні та обслуговуванні. Маркетингові дослідження та інформаційне забезпечення ринку засобів хімізації.	10
5	Стратегія ціноутворення на основі маркетингу. Методи встановлення цін на агрохімікати.	10
6	Класифікація реклами за типом її носія та об'єктом. Контроль	12

	ефективності реклами.	
7	Прямий маркетинг в фермерських та особистих селянських господарствах. Переваги та недоліки прямого маркетингу для виробника і споживача.	12
8	Формування попиту та стимулювання збуту агрохімікатів, вибір препаратів різних фірм-виробників. Генеричні препарати.	12
9	Окупність засобів хімізації. Показники економічної ефективності агрохімічного сервісу.	14
10	Форми міжнародної маркетингової діяльності та їх характеристика. Шляхи розвитку економічного співробітництва вітчизняних виробників агрохімікатів із зарубіжними партнерами.	15
	<b>Разом:</b>	<b>115</b>

## 11. Методи навчання

### 1. Методи навчання за джерелом знань:

- 1.1. *Словесні*: розповідь, пояснення, бесіда (евристична і репродуктивна).
- 1.2. *Наочні*: демонстрація.
- 1.3. *Практичні*: лабораторний метод, практична робота.

### 2. Методи навчання за характером логіки пізнання.

- 2.1. *Аналітичний*
- 2.2. *Методи синтезу*
- 2.3. *Індуктивний метод*

### 3. Методи навчання за характером та рівнем самостійної розумової діяльності студентів.

- 3.1. *Проблемний* (проблемно-інформаційний)
- 3.2. *Частково-пошуковий (евристичний)*
- 3.3. *Дослідницький*
- 3.4. *Репродуктивний*
- 3.5. *Пояснювально-демонстративний*

**4. Активні методи навчання** – використання технічних засобів навчання, мозкова атака, використання проблемних ситуацій, використання навчальних та контролюючих тестів, використання опорних конспектів лекцій).

**5. Інтерактивні технології навчання** – використання мультимедійних технологій, інтерактивної дошки та електронних таблиць, діалогове навчання.

## 12. Методи контролю

1. Рейтинговий контроль за 100-бальною шкалою оцінювання ЄКТС.
2. Проведення проміжного контролю протягом семестру (проміжна атестація).
3. Полікритеріальна оцінка поточної роботи студентів:
  - рівень знань, продемонстрований на практичних, лабораторних та семінарських заняттях;
  - активність під час обговорення питань, що винесені на заняття;
  - результати виконання та захисту лабораторних робіт;
  - експрес-контроль під час аудиторних занять;
  - самостійне опрацювання теми в цілому чи окремих питань;
  - виконання аналітично-розрахункових завдань;



- написання рефератів, есе, звітів;
- результати тестування;
- письмові завдання при проведенні контрольних робіт.

4. Пряме врахування у підсумковій оцінці виконання студентом певного індивідуального завдання.

### 13. Розподіл балів, які отримують студенти

#### Денна форма навчання

Поточне тестування та самостійна робота										С Р С	Разом за модулі та СРС	Атестація Підсумковий тест - екзамен	Сума	
Змістовий модуль 1 – 20 балів					Змістовий модуль 2 – 20 балів									
T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	T 9	T 10	15	55 (40+15)	15	30	100
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4					

#### Заочна форма навчання

Поточне тестування та самостійна робота										С Р С	Разом за модулі та СРС	Підсумковий тест - екзамен	Сума
Змістовий модуль 1 – 20 балів					Змістовий модуль 2 – 20 балів								
T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	T 9	T 10	30	70 (40+30)	30	100
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				

#### Шкала оцінювання: національна та ECTS

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	
75-81	<b>C</b>		
69-74	<b>D</b>	задовільно	
60-68	<b>E</b>		
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## **14. Методичне забезпечення**

1. НМК для студентів 5 курсу факультету агротехнологій та природокористування СНАУ. Файл «Маркетинг засобів хімізації в сільському господарстві».

2. Маркетинг засобів хімізації в сільському господарстві. Методичні вказівки щодо виконання лабораторно-практичних занять та самостійної роботи для студентів 1 курсу ОС Магістр спеціальності 201 - «Агрономія» денної та заочної форм навчання //Суми: Сумський національний аграрний університет, 2017. – 52 с.

## **15. Рекомендована література**

### **Базова**

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. Патица В.П. Агроекологічний моніторинг та паспортизація сільськогосподарських земель / В.П. Патица, 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.

### **Допоміжна**

1. Аграрний ринок. /Губський Б.В. – К.: Нора-прінт, 1998.– 184 с.

2. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку. Навчальний посібник. /Карпов В.А., Кучеренко В.Р. – К.: Знання, 2003. – 284 с.

3. Лісовал А.П. Система застосування добрив/ А.П. Лісовал, В.М. Макаренко, С.М. Кравченко – К.: Вища школа, 2002. – 317с.

4. Відтворення родючості ґрунтів у ґрунтозахисному землеробстві // Під ред. М.К. Шикולי. – Київ: Оранта, 1998. – 678 с.

## **16. Інформаційні ресурси**

1. <http://www.twirpx.com/files/husbandry/agrochemistry>

2. <http://www.twirpx.com/files/husbandry/soil science/marketing>.