

ВИРОБНИЦТВО ТА МАРКЕТИНГ ОВОЧІВ

Кафедра овочівництва і закритого ґрунту

Агробіологічний факультет

<i>Лектор</i>	Федосій Іван Олексійович
<i>Семестр</i>	2
<i>Освітньо-науковий ступінь</i>	phD доктор філософії
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	5
<i>Форма контролю</i>	Екзамен
<i>Аудиторні години</i>	50 (20 год лекцій, 30 год практичних занять)

Загальний опис дисципліни

Мета навчальної дисципліни полягає у підвищенні якості підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії в галузі агрономії, спеціалізації «Овочівництво», у тому числі дослідницько-інноваційної діяльності, що передбачає отримання нових знань з передових технологій виробництва, зберігання та доробки овочів.

Теми лекцій:

1. Вступ. Теоретичні та практичні аспекти комерційної діяльності на плодоовочевому ринку.
2. Маркетинг плодоовочевої продукції.
3. Механізм розвитку спеціалізації та концентрації виробництва плодоовочевої продукції.
4. Маркетингове дослідження споживачів плодоовочевої продукції.
5. Система збуту плодоовочевої продукції.

Теми практичних занять:

1. Маркетингова стратегія підприємства.
2. Розробка бізнес-плану.
3. SWOT-аналіз вирощування плодоовочевої продукції.
4. SWOT-аналіз вирощування малопоширених культур.
5. Огляд ринку основних овочів і плодів.
6. Характеристика методів стимулювання збуту плодоовочевої продукції на споживчому ринку.

Список рекомендованої літератури:

1. Агробізнес в овочепродуктовому підкомплексі України / Під ред. Макаренко П. П., Криворучко В. І., Кириленко І. Г. та ін. К. : Нива. 1997. 138 с.
2. Андрусенко Г. О. Основи маркетингу. К. : Укрожай, 1995. 176 с.
3. Андрюшко А. Вивчення сільськогосподарського маркетингу в Каліфорнії Агроогляд. 2004. №9. С. 54 – 59 і продовження в № 10. С. 65–70.
4. Андрюшко А. Маркетинг овочів для сільськогосподарських виробників та підсобних господарств (досвід розвинутих країн світу). Агроогляд. 2004. №6. С. 41–43.
5. Беспалов В. А. Управление сельскохозяйственным производством. – К. : Высшая школа. 1992. С. 76.
6. Болотских А. С. Овощи Украины. Х. : Орбита, 2001. 1088 с.
7. Дихтль Е., Херлиген Х. Практический маркетинг: учеб. Пособие. М. : Высшая школа. 1996. 254 с.
8. Досвід виробництва та маркетингу овочів в Україні (Результати досліджень Проекту аграрного маркетингу за 2004–2005рр.)/[Сологуб Ю. І., Андрюшко А. Ю., Пономаренко І. М. та ін. К. : Проект аграрного маркетингу, 2006 383 с.

8. Друкер Ф. П. Рынок: Как выйти в лидеры. Практика и принципы. М. :Наука.1992. 350 с.
9. Ласинський О., Чеботарьова В. Альтернативи прямого маркетингу плодоовочевої продукції фермерських, особистих селянських господарств та їхніх об'єднань в Україні. Агроогляд. 2004. № 10. С. 59–61.
10. Международный маркетинг [Ю. Г. Козак, О. В. Захарченко, Р. Томанек (Польша), Я. Шолтысек (Польша), К. Лисецка (Польша), А. Козак (Польша), Н. С. Логвинрва, Е. В. Кравченко, Е. Н. Саковская, В. В. Попович] Учебное пособие. 4-е вид. Перераб. И доп. К. : Центр учебной литературы, 2013. 306 с.
11. Писаренко В. В. Маркетинг овочевої продукції(методичні та практичні аспекти): Монографія. Полтава: ФОП Говоров С. В. 2008. 304 с.
12. Писаренко В. М., Куценко О. М. Екологічні основи раціонального природокористування в аграрному виробництві. Навчальний посібник. К. :НМК ВО 1992. 200 с.
13. Саблук П. Т., Карич Д. Я., Коваленко Ю. С. Основи організації сільськогосподарського ринку. К. : ІАЕ УАААН. 2002. 190 с.
14. Сич З. Д., Андрощук О. О. Підготовка овочів до реалізації. Наукове забезпечення сталого розвитку сільського господарства в Лісостепу України: монографія. К. : Алефа, 2003. С. 526 – 529.
15. Сологуб Ю. И., Стрелюк И. М., Максимюк А. С. Овощеводство. Новые подходы – реальная прибыль. Практическое пособие. К. : ООО «Полиграф плюс». 2012. 200 с.
16. Сыч З. Д. Непрерывный маркетинг свежих овощей. Овощеводство. 2007. № 7. С. 8–12.
17. Хойер В. Как делать бизнес в Европе. М. : Фонд «За экономическую грамотность». 1991. 142 с.