

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва**

Кафедра маркетингу, підприємництва і організації виробництва



**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

**Перший проректор**  
**Р. ШЕЛУДЬКО**

“ 31 ” 04 2020 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ВПП 8 «АГРАРНИЙ МАРКЕТИНГ»**

Рівень вищої освіти –	Початковий рівень (короткий цикл) вищої освіти
Галузь знань –	05 Соціальні та поведінкові науки
Спеціальність –	051 «Економіка»
Освітньо-професійна програма –	«Економіка»
Факультет –	менеджменту і економіки

Робоча програма дисципліни «Аграрний маркетинг» для здобувачів початкового рівня (короткого циклу) вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 051 «Економіка» освітньо-професійної програми «Економіка».

«25» серпня 2020 р. 17 с.

Розробник: **Пахуча Еліна Вікторівна**, кандидат економічних наук, доцент.

Робочу програму затверджено на засіданні кафедри маркетингу, підприємництва і організації виробництва

Протокол від «25» серпня 2020 р. № 1

Завідувач кафедри маркетингу, підприємництва і організації виробництва

 Т. БІЛОУСЬКО

«25» серпня 2020 р.

Схвалено навчально-методичною комісією факультету менеджменту і економіки.

Протокол № 2 від «27» серпня 2020 р.

Голова навчально-методичної комісії факультету менеджменту і економіки, к.е.н., доцент



Ю. ФІЛІМОНОВ

### 1. Опис навчальної дисципліни

Показники	Галузь знань, спеціальність, освітньо- кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань – <b>05 Соціальні та поведінкові науки</b>	Вибіркова	
Модулів – 2	Спеціальність – <b>051 «Економіка».</b> Освітньо-професійна програма – «Економіка»	<b>Рік підготовки:</b>	
Змістових модулів – 2		2-й	-
Загальна кількість годин - 90		<b>Семестр</b>	
		3-й	-
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 4	Освітній рівень – початковий рівень (короткий цикл) вищої освіти	<b>Лекції</b>	
		10 год.	-
		<b>Практичні, семінарські</b>	
		10 год.	-
		<b>Лабораторні</b>	
		- год.	-
		<b>Самостійна робота</b>	
70 год.	-		
		<b>Вид контролю:</b> залік	

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета:** є вивчення та оволодіння теоретичними знаннями та практичними застосування, використання інструментарію аграрного маркетингу; організації, планування, здійснення, управління агромаркетинговою діяльністю підприємств АПК з метою ефективного їх функціонування на ринках сільськогосподарської продукції та продовольства в Україні та світі, а також подальшого розвитку.

**Завдання** - вивчення таких питань, як:

Основними завданнями вивчення дисципліни «Аграрний маркетинг» є теоретична підготовка здобувачів з питань:

- набуття знань в сфері аграрного маркетингу;
- маркетингових досліджень ринків сільськогосподарської продукції та продовольства;
- кон'юнктури ринку; управління асортиментом продукції підприємств АПК та їх якістю;
- ціноутворення, системи розподілення та збуту сільськогосподарської та продовольчої продукції;
- просування продуктів харчування на внутрішньому та зарубіжному ринках;
- отримання знань в галузі планування аграрного маркетингу, управління та контролю агромаркетингової діяльності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен

**знати:**

- теоретичні аспекти, завдання, функції агромаркетингової діяльності;
- особливості ринків сільськогосподарської продукції та продовольства;
- методи дослідження кон'юнктури ринку агропродовольчої продукції та методи аналізу ринкової ситуації та їх практичне використання;
- фактори макро- та мікроринкового середовища і їх вплив на агромаркетингову діяльність підприємств;
- елементи комплексу аграрного маркетингу, особливості застосування в практичній діяльності підприємств АПК;
- стратегії аграрного маркетингу, шляхи та способи їх реалізації;
- способи управління аграрним маркетингом на підприємствах АПК;
- систему показників визначення результативності та ефективності агромаркетингової діяльності.

**вміти:**

- проводити ефективну агромаркетингову діяльність;
- здійснювати маркетингові дослідження ринків сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів;
- створювати на підприємствах маркетингову інформаційну систему;
- здійснювати планування, розробляти програми аграрного маркетингу, визначати стратегії розвитку підприємств АПК на внутрішніх та зарубіжних ринках;

- здійснювати аналіз підприємств-конкурентів та товарів-конкурентів на ринку сільськогосподарської продукції та продовольства;
- застосувати всі аспекти агромаркетингової діяльності для отримання довгострокового прибутку і задоволення потреб споживачів;
- здійснювати контроль агоро маркетингової діяльності підприємств;
- впроваджувати аграрний маркетинг в діяльності підприємств АПК, здійснювати управління аграрним маркетингом, створювати служби
- аграрного маркетингу на підприємствах АПК..

### **Перелік компетентностей:**

#### **Інтегральна компетентність**

Здатність розв'язувати типові спеціалізовані задачі у сфері економіки суб'єктів господарювання або у процесі навчання, що передбачає застосування положень і методів сучасної економічної науки і характеризується певною невизначеністю умов і необхідністю врахування комплексу вимог здійснення професійної та навчальної діяльності.

#### **Програмні компетентності:**

*загальні компетентності:*

ЗК 3. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації, у тому числі в глобальних комп'ютерних мережах.

ЗК 7. Здатність працювати в команді та генерувати нові ідеї.

*спеціальні компетентності:*

СК 4. Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, облікової інформації для формування службової інформації та аналітичних звітів.

СК 6. Здатність виконувати економічні розрахунки для ефективного здійснення господарської діяльності на рівні виробничих підрозділів підприємства.

#### **Програмні результати навчання:**

ПРН 10. Набувати необхідні знання про теоретичні та методичні засади розвитку структурних підрозділів, підприємства в цілому та галузі сільського господарства.

ПРН 13. Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати фактичні та планові показники їх діяльності з використанням математичного інструментарію.

ПРН 14. Виконувати міждисциплінарний аналіз соціально-економічних явищ і проблем в одній або декількох професійних сферах.

*Міждисциплінарні зв'язки:*

Перелік дисциплін, на які безпосередньо спирається вивчення даної дисципліни: менеджмент, економіка підприємства.

### **Програма навчальної дисципліни**

#### **Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти аграрного маркетингу**

## **Тема 1. Організація маркетингової діяльності в агропромислових формуваннях**

Передумови організації діяльності і процес управління маркетингом. Основними причинами розвитку маркетингу. Передумови організації маркетингу на підприємствах АПК. Підходи в орієнтації господарської діяльності агропромислового формування. Загальна схема процесу управління маркетингом. Комплекс основних засобів управління маркетингом. Стратегічне планування ринкової діяльності агропромислового формування. Процес стратегічного планування в агропромисловому формуванні. Сітка зміни структури виробництва продуктів як результат освоєння маркетингу. Видозмінена сільськогосподарська мережа галузей торгівлі. Організаційна структура маркетингу. Підрозділи маркетингу, організовані на основі функцій. Підрозділи маркетингу, організовані на основі продукції. Підрозділи маркетингу, організовані на основі ринків.

## **Тема 2. Процес маркетингового дослідження і оцінка ринкових можливостей підприємства**

Інформаційна система маркетингу. Структура аналітичної системи маркетингу. Американська модель інформаційного забезпечення сільського господарства Службою аграрного маркетингу. Маркетингові дослідження. Оцінка ринкових можливостей підприємства. Матричні методи вивчення конкурентоздатності. Комплекс методів для визначення конкурентоздатності підприємства. Особливості маркетингової інформаційної системи в сільському господарстві та її основні елементи. Маркетингові дослідження як найважливіша складова частина маркетингової інформаційної системи. Поняття маркетингових досліджень та функції, що реалізуються в процесі їх проведення. Функціональна структура маркетингових досліджень. Основні етапи проведення маркетингових досліджень в АПК.

## **Тема 3. Конкурентоспроможність та якість сільськогосподарської продукції**

Сутність конкурентоспроможності як економічної категорії. Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції та закономірності, на яких вона базується. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що її характеризують. Індекс конкурентоспроможності регіону та його визначення. Організаційно-економічний механізм формування якості сільськогосподарської продукції. Фактори підвищення якості продукції та їх характеристика. Основні показники оцінки якості продукції. Системи управління якістю продукції та їх сутність. Стандартизація в сільськогосподарському виробництві. Стандарти та їх види.

## **Тема 4. Зміст та методи аналізу ринкової ситуації**

Ринковий попит на сільськогосподарську продукцію та продовольство. Аналіз факторів, які визначають попит на агропродовольчу продукцію.

Особливості попиту та пропозиції на сільськогосподарську продукцію та продовольство. Аналіз факторів впливу на пропозицію агропродовольчих товарів. Основні методи аналізу ринкової ситуації. Завдання оцінки ринкової ситуації: збір і обробка інформації; інтегральні і диференційовані оцінки стану ринку, характеристика обсягу ринку; виявлення, аналіз і прогнозування тенденцій розвитку ринку; аналіз регіональних відмінностей ринку; оцінка і аналіз ділової активності; характеристика інтенсивності конкуренції. Склад та структура ринку сільськогосподарської продукції. Продовольчий ринок. Ознаки наявності і функціонування аграрного та продовольчого ринків. Особливості аграрного ринку. Дослідження поведінки споживачів, постачальників, посередників на агропродовольчому ринках.

## **Змістовий модуль 2. Структура комплексу аграрного маркетингу**

### **Тема 5. Товар, стадії його життєвого циклу і конкурентоздатність**

Основні характеристики і класифікація товарів агропромислового виробництва. Товар агропромислового виробництва, його види. Життєвий цикл товару. Типи стратегії маркетингу на стадії впровадження нового товару. Характеристики бізнесу на кожній стадії життєвого циклу товару. Конкурентоздатність товару. Нормативні параметри. Група біологічних показників. Група показників технологічності. Показники екологічності. Група, технічних показників. Упаковка товарів і сервісне обслуговування. Вид сервісного обслуговування.

### **Тема 6. Процес ціноутворення в агропромислових формуваннях**

Ціна як головний елемент ринкової економіки. Значення та роль ціни на сільськогосподарську продукцію в економіці держави. Основні економічні пріоритети аграрних товаровиробників під час обґрунтування ціни. Функції ціни в умовах розвитку ринкових відносин. Вибір мети ціноутворення. Стратегія маркетингової діяльності агропромислового формування. Методика розрахунку вихідної ціни. Ціна і попит на ринку. Цінове лідерство. Цінова еластичність попиту. Методи ціноутворення. Загальноприйняті методи регулювання ціни в ринковій економіці. Фактори, під впливом яких формується ціна.

### **Тема 7. Організація аграрного ринку**

Особливості формування регіонального аграрного ринку. Організаційна структура регіонального аграрного ринку. Організація і функціонування біржового сільськогосподарського ринку. Структура біржового сільськогосподарського ринку. Типи біржових угод. Взаємозв'язок біржового аграрного ринку з іншими оптовими ринками. Організаційно-економічний механізм формування якості сільськогосподарської продукції. Фактори підвищення якості продукції та їх характеристика. Основні показники оцінки якості продукції. Системи управління якістю продукції та їх сутність.

Стандартизація в сільськогосподарському виробництві. Стандарти та їх види.

### **Тема 8. Управління каналами розподілу**

Поняття каналів розподілу на агропродовольчому ринку. Функції каналів розподілу. Формування агромаркетингової інфраструктури, створення комплексної багаторівневої системи збуту з метою задоволення потреб споживачів та інтересів товаровиробників. Принципи функціонування каналів розподілу сільськогосподарської продукції. Загальні функції розподілу. Переорієнтація аграрного сектору на вимоги ринку, необхідність формування нових маркетингових каналів для забезпечення більш повного охоплення ринку, задоволення споживчого попиту, одержання максимуму сукупного прибутку агропромисловим сектором економіки. Суб'єкти каналів розподілу. Формування нового типу підприємств у сфері виробництва й агробізнесу, альтернативної структури сільського господарства України.



#### 4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма					Заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		л	п	лаб	с.р.		л	п	лаб	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти аграрного маркетингу</b>										
Тема 1. Організація маркетингової діяльності в агропромислових формуваннях	10	2	2	-	4	-	-	-	-	-
Тема 2. Процес маркетингового дослідження і оцінка ринкових можливостей підприємства	6	-	-	-	6	-	-	-	-	-
Тема 3. Конкурентоспроможність та якість сільськогосподарської продукції	10	2	2	-	6	-	-	-	-	-
Тема 4. Зміст та методи аналізу ринкової ситуації	9	-	-	-	9	-	-	-	-	-
Разом за змістовим модулем 2	33	4	4	-	25	-	-	-	-	-
<b>Змістовий модуль 2. Структура комплексу аграрного маркетингу</b>										
Тема 5. Товар, стадії його життєвого циклу і конкурентоздатність	16	2	2	0	12	-	-	-	-	-
Тема 6. Процес ціноутворення в агропромислових формуваннях	14	2	2	0	10	-	-	-	-	-
Тема 7. Організація аграрного ринку	12	2	2	0	8	-	-	-	-	-
Тема 8. Управління каналами розподілу	15	-	-	0	15	-	-	-	-	-
Разом за змістовим модулем 1	57	6	6	0	45	-	-	-	-	-
<b>Усього годин</b>	90	10	10	0	70	-	-	-	-	-

### 5. Теми семінарських занять

№ п/п	Назва теми	Кількість годин
1	Організація маркетингової діяльності в агропромислових формуваннях	2
3	Процес маркетингового дослідження і оцінка ринкових можливостей підприємства	2
18	<b>Разом</b>	4

### 6. Теми практичних занять

№ п/п	Назва теми	Кількість годин
1	Товар, стадії його життєвого циклу і конкурентоздатність	2
2	Процес ціноутворення в агропромислових формуваннях	2
3	Організація аграрного ринку	2
	<b>Разом</b>	6

### 7. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	-	-
2	-	-
...	-	-

### 8. Самостійна робота

Самостійна робота здобувача відноситься до інформаційно-розвиваючих методів навчання і є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від обов'язкових навчальних занять.

*Види самостійної роботи студентів за цільовим призначенням:*

1. Вивчення нового матеріалу: читання та конспектування літературних джерел інформації; перегляд відеозаписів; прослуховування лекцій магнітних записів; інші види занять.

2. Поглиблене вивчення матеріалу: підготовка до контрольних, практичних, семінарів; виконання типових задач; інші види занять.

3. Вивчення матеріалу з використанням елементів творчості: розв'язання нестандартних задач; участь у ділових іграх і в розборі проблемних ситуацій; складання рефератів, доповідей, інформацій з заданої теми; інші види занять.

4. Вдосконалення теоретичних знань і практичних навичок в умовах виробництва.

№ п/п	Назва теми	Кількість годин
1	Організація маркетингової діяльності в агропромислових формуваннях	4
2	Процес маркетингового дослідження і оцінка ринкових можливостей підприємства	6
3	Конкурентоспроможність та якість сільськогосподарської продукції	6
4	Зміст та методи аналізу ринкової ситуації	9
5	Товар, стадії його життєвого циклу і конкурентоздатність	12
6	Процес ціноутворення в агропромислових формуваннях	10
7	Організація аграрного ринку	8
8	Управління каналами розподілу	15
	<b>Разом</b>	70

## 9. Методи навчання

Під час вивчення дисципліни використовуються наступні методи навчання:

1) Група методів за джерелом інформації і сприйняття навчальної інформації – **словені** (лекція, семінари, бесіда, розповідь); **наочні** – (ілюстрація, демонстрація, презентація), **практичні** (збір інформації, її економічна обробка, розрахунки, графічно-схематичне зображення інформації).

**Лекція** – логічно вивершений, науково обґрунтований і систематизований виклад певного наукового або науково-методичного питання, ілюстрований, за необхідності, засобами наочності та демонстрацією дослідів. Лекція є однією з основних організаційних форм навчальних занять і, водночас, методів навчання.

**Семінари** – форма навчального заняття, при якій викладач організує дискусію навколо попередньо визначених тем, до яких здобувачі готують тези виступів на підставі індивідуально виконаних завдань. Семінарські заняття можуть проводитися у формі бесіди, рецензування та обговорення рефератів і доповідей, дискусій тощо.

**Практичні заняття** – форма навчального заняття, на якому викладач організує детальний розгляд здобувачами окремих теоретичних положень навчальної дисципліни та формує вміння та навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання сформульованих завдань.

**Індивідуальне заняття** – форма навчального заняття, що проводиться з окремими здобувачами з метою підвищення рівня їх підготовки та розкриття індивідуальних творчих здібностей.

**Консультація** – форма навчального заняття, при якій здобувач отримує відповіді від викладача на конкретні запитання або пояснення певних теоретичних положень чи аспектів їх практичного застосування (проводяться протягом семестру – поточні та екзаменаційні консультації).

2). Група методів за логікою передачі і сприйняття навчального матеріалу: – індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні;

3). Група методів за ступенем самостійного мислення при засвоєнні знань – репродуктивні та продуктивні (дослідницькі, пошукові, частково-пошукові);

4). Група методів за ступенем управління навчальним процесом: навчання під керівництвом викладача, самостійна робота здобувача з навчальною та науковою літературою, текстами лекцій, підготовка до семінарських і практичних занять, робота з комп'ютером, виконання письмових завдань.

### 10. Методи контролю

Система оцінювання результатів успішності засвоєння знань, вмінь, комунікацій, автономності та відповідальності здобувачів включає поточний, модульний (відповідно визначеному змістовому модулю), та підсумковий/семестровий контроль результатів навчання.

*Поточний контроль* здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних, семінарських занять і оцінюється сумою набраних балів.

Поточний контроль знань здобувачів здійснюється за двома напрямками:

I – контроль систематичності та активності роботи на семінарських та практичних заняттях;

II – контроль за виконанням завдань для самостійного опрацювання.

Поточний контроль здійснюється у формі: усне опитування; фронтальне опитування; індивідуальне опитування; письмові контрольні роботи; тестування.

*Модульний контроль* проводиться з урахуванням поточного контролю за відповідний змістовий модуль і має на меті інтегровану оцінку результатів навчання здобувача після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля.

*Підсумковий/Семестровий контроль* проводиться у формі заліку у терміни, передбачені графіком навчального процесу.

### 11. Розподіл балів, які отримують здобувачі

Поточне тестування та самостійна робота								Підсумковий тест (залік)	Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	30	100
9	8	8	9	9	10	8	9		

### 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>		
66-74	<b>D</b>	задовільно	
60-65	<b>E</b>		
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Оцінка „відмінно” (ECTS – A) виставляється студенту, який виконав в установлені терміни завдання, передбачені для виконання на практичних заняттях і самостійної роботи на високому методичному рівні, оформлені згідно вимог і володіє методикою їх виконання, а також при відповіді на передбачені змістовим модулем (темою) контрольні питання (тести) викладачеві, виявив успішні, систематизовані, глибокі знання програмного матеріалу, продемонстрував знання основної і додаткової літератури, передбаченої на рівні творчого використання.

Оцінка „добре” (ECTS – B, C) виставляється студенту, якщо він виконав в установлені терміни завдання передбачені для виконання на практичних заняттях і самостійної роботи на високому методичному рівні, оформлені згідно вимог і володіє методикою їх виконання, а також при відповіді викладачеві на передбачені змістовими модулями (темами) контрольні питання (тести) виявив повні знання програмного матеріалу, показав володіння практичними вміннями та навичками, але допустив окремі несуттєві помилки, які не мають принципового значення.

Оцінка „задовільно” (ECTS –D, E) виставляється студенту, якщо він виконав в установлені терміни завдання передбачені для виконання на практичних заняттях і самостійної роботи на достатньому методичному рівні, оформлені згідно вимог і володіє методикою їх виконання, а також при відповіді викладачеві на передбачені змістовими модулями (темами) контрольні питання (тести) виявив повні знання основного програмного матеріалу в обсязі, що необхідний для подальшого навчання, у цілому справився з поставленим завданням, але при цьому окремими вміннями та

навичками володіє невпевнено, допустив незначні помилки в арифметичних розрахунках.

Оцінка „незадовільно“ (ECTS – FX) виставляється студенту, який не виконав в повному обсязі в установлені терміни завдання передбачені для виконання на практичних заняттях і самостійної роботи і при відповіді викладачеві на контрольні питання (тести) змістового модуля (теми) виявив серйозні прогалини в знаннях основного матеріалу, зробив принципові помилки, не зміг провести розрахунки та ін.

Оцінка „незадовільно“ (ECTS – F) виставляється студенту, який практично не виконав в установлені терміни завдання, передбачені для виконання на практичних заняттях і самостійної роботи, має значну кількість пропусків занять, не володіє теоретичним матеріалом змістового модуля (теми), необхідна значна додаткова робота (повторне вивчення програмного матеріалу).

Підсумковий контроль здійснюється по завершенні вивчення курсу. На підставі даних періодичного (проміжного) контролю з „Відомості поточного контролю” викладач, який проводить практичні заняття заносить підсумкову оцінку поточної успішності в „Відомість підсумкового контролю”. На випадок, коли підсумкова оцінка поточної успішності задовольняє студента, то може бути виставлена підсумкова оцінка автоматично за семестр в цілому по курсу.

## **12. Методичне забезпечення**

1. Робоча програма навчальної дисципліни «Аграрний маркетинг»
2. Пакет тестових завдань з дисципліни «Аграрний маркетинг»

## **13. Рекомендована література**

### **Основна**

1. Лобанов М.І., Маркіна Т.А., Арестенко Т.В. та ін. Аграрний маркетинг. Навчальний посібник. Мелітополь, 2012. 277 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг: підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. К.: Знання-Прес, 2004. - 645 с.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. 5-те вид., допов. К.: Лібра. 2007. 720 с.
4. Сахацький М.П., Запша Г.М., Крутій Ю.С., Шинкарук Л.В. Маркетинг: навч. посібн. Одеса: Пальміра, 2008. 170 с.
5. Корольчук О.П., Шульгіна Л.М. Маркетинг. Ситуативні, творчі та контрольні завдання: практикум. К. : КНТЕУ, 2003. 259 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: 11-е изд. СПб.: Питер, 2004. 800 с.: ил. (Сер. «Теория и практика менеджмента»).
7. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / за ред. Л.В. Балабанової. 3-тє вид., допов. і переробл. К.: Знання, 2004. 354 с.
8. Гладич Б.Б. Аграрний ринок: підручник. Тернопіль, 2002. 257 с.
9. Маркетинг: підруч. / В. Руделіус та ін.; ред.-упоряд. О.Т. Сидоренко, Л.С. Макарова. 3-тє вид. К.: Навч.-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. 648 с.

10. Павленко О.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: підручник. К. : КНКУ, 2003. 246 с.
11. Ілляшенко С.М. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. За ред. д-ра екон. наук, проф. С.М. Ілляшенка. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 192 с.
- 12.Роїна О.М. Рекламна діяльність в Україні. Нормативна база. К.: КНТ, 2005. 108 с.
- 13.Дудар Т. Г. Маркетинг в агропромисловому комплексі: теорія і практика. Навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей вузів, - Тернопіль: "Горлиця", 1999. 162 с.
- 14.Соловійов І. О. Агромакетинг: системна методологія, реалізація концепції: монографія. Херсон : Олди-плюс, 2008. 344 с.
- 15.Островський П.І. Аграрний маркетинг: навч.посібн. К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 224 с

#### Додаткова

1. Белявцев М.І., Іваненко Л.М. Маркетинг. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.
2. Близнюк С.В., Близнюк А.С. Управління маркетинговою діяльністю підприємства: Наукова монографія. – К.: Зовнішня торгівля. – 2008. – 240 с.
3. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 804 с.
4. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку. – К.: ІВЦ «Видавництво "Політехніка"», 2003. – 384 с.
5. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. – Київ: Лібра, 2002. – 712 с.
6. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга, 9-е издание.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 1200 с.
7. Липчук В.В., Дудяк А.П., Бугіль С.Я. Маркетинг: основи теорії та практики. Навчальний посібник. / За загальною редакцією В.В. Липчука. – Львів: "Новий Світ – 2000"; "Магнолія плюс". –2003.–288 с.
- 8.Луцій О.П., Васюткіна Н.В. Маркетингові дослідження ринку продуктів харчування: організаційно-методичний аспект діяльності суб'єктів господарювання: Монографія. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2006. – 225 с.
9. Міжнародний агробізнес: Навчальний посібник. За редакцією д.е.н., проф., акад. Сіваченка І.Ю. – Київ: ЦУЛ, 2003. – 208 с.
- 11.Основи маркетингу: Навчальний посібник / Чеботар С.І., Шевчик М.Г., Рябчик І.В. та ін. – К.: Наш час, 2004. – 240 с.
- 10.Основи підприємницької діяльності та агробізнесу: Навч. посібник / М.М. Ільчук, Т.Д. Іщенко, В.К. Збарський та ін.; За ред М.М. Ільчука. – К.: Вища освіта, 2002. – 398 с.
- 11.Старостіна А.О., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2003. – 326 с.
- 12.Точилін В.О., Гуменюк К.В. Розвиток секторів і товарних ринків України. – К.: НАН, Інститут економічного прогнозування, 2001. –398с.
- 13.Richard L. Kohls, Joseph N. Uhl. Marketing of agricultural products. – New York: Macmillan publishing company, 1990.

### 14. Інформаційні ресурси

1. Агроткетинг: теоретичний та практичний аспект. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=1067&i=1>
2. Наукова періодика України; Нац. бібл. України ім. В.І. Вернадського. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua/>
3. Научная электронная библиотека. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
4. Служба маркетингу підприємства АПК [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://bukvar.su/marketing/136786-Sluzhba-marketinga-predpriyatiyaAPK.html>

#### Міжнародні інформаційні ресурси та бази даних з вільним доступом для здобувачів ОПІ в Харківському НАУ ім. В.В. Докучаєва

<http://lib.knau.kharkov.ua/resursi-bbloteki.html#elres>

Scopus	<a href="http://lib.knau.kharkov.ua/news/840-scopus.html">http://lib.knau.kharkov.ua/news/840-scopus.html</a>
Портал Springer Link	<a href="http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2363-dostup-do-portalu-springer-link.html">http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2363-dostup-do-portalu-springer-link.html</a>
Ресурси відкритого доступу - Архів наукових журналів - Електронна бібліотека MYBRARY - Наукова електронна бібліотека періодичних видань НАН України - База даних наукових журналів.	<a href="http://lib.knau.kharkov.ua/news/kulturno-massova-dyalnst/803-na-dopomogu-naukovcyam-nashogo-unversitetu.html">http://lib.knau.kharkov.ua/news/kulturno-massova-dyalnst/803-na-dopomogu-naukovcyam-nashogo-unversitetu.html</a> <a href="http://arch.neicon.ru/">http://arch.neicon.ru/</a> <a href="http://www.cnsnb.ru/">http://www.cnsnb.ru/</a>  <a href="http://dspace.nbu.gov.ua/">http://dspace.nbu.gov.ua/</a> <a href="http://www.worldscientific.com/">http://www.worldscientific.com/</a>
Електронна база POLPRED.com	<a href="http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/1382-dovagi-naukovcv-nashogo-unversitetu.html">http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/1382-dovagi-naukovcv-nashogo-unversitetu.html</a>
Мобільний додаток RESEARCHER	<a href="http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2275-dovagi-naukovcv.html">http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2275-dovagi-naukovcv.html</a>
Бібліометрика української науки	<a href="http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/916-bblometrika-ukrayinskoyi-nauki.html">http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/916-bblometrika-ukrayinskoyi-nauki.html</a>
Світові наукометричні бази даних	<a href="http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2265-dovagi-naukovcv.html">http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2265-dovagi-naukovcv.html</a>
Відкрито доступ до WEB OF SCIENCE	<a href="http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2314-dovagi-naukovcv.html">http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2314-dovagi-naukovcv.html</a>
OPEN UKRAINIAN CITATION INDEX (OUCI)	<a href="http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2352-dovagi-naukovcv.html">http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2352-dovagi-naukovcv.html</a>
Index Copernicus	<a href="https://indexcopernicus.com/index.php/pl/">https://indexcopernicus.com/index.php/pl/</a>
Scimago Journal & Country Rank (SJR)	<a href="http://www.scimagojr.com/">http://www.scimagojr.com/</a>
Google Scholar	<a href="https://scholar.google.com.ua/">https://scholar.google.com.ua/</a>
База даних РІНЦ	<a href="http://lib.knau.kharkov.ua/news/505-baza-danih-">http://lib.knau.kharkov.ua/news/505-baza-danih-</a>



	rnc.html
Дистанційне обслуговування користувачів	<a href="http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2380-distancyne-obslugovuvannya-koristuvachv.html">http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2380-distancyne-obslugovuvannya-koristuvachv.html</a>
Міжнародне видавництво SPRINGER NATURE	<a href="http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2381-na-dopomogu-navchalnomu-procesu.html">http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2381-na-dopomogu-navchalnomu-procesu.html</a>
Online-agro	<a href="https://agro-online.com.ua">https://agro-online.com.ua</a>
Agronews	<a href="https://agronews.ua">https://agronews.ua</a>
International Information System for the Agricultural Sciences and Technology	<a href="http://agris.fao.org/agris-search/index.do">http://agris.fao.org/agris-search/index.do</a>
Статистика FAO	<a href="http://www.fao.org/faostat/en/#home">http://www.fao.org/faostat/en/#home</a>
Agricultural On-Line Access	<a href="https://agricola.nal.usda.gov/">https://agricola.nal.usda.gov/</a>
The World's Leading Agriculture Database	<a href="https://eurekamag.com/">https://eurekamag.com/</a>
Український індекс наукового цитування	<a href="http://uincit.uran.ua/scientists/fronts/about">http://uincit.uran.ua/scientists/fronts/about</a>
Електронні інформаційні ресурси Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського	<a href="http://uincit.uran.ua/scientists/fronts/about">http://uincit.uran.ua/scientists/fronts/about</a>
ERIC (Educational Resource Information Center) (база даних з проблем освіти)	<a href="https://eric.ed.gov/">https://eric.ed.gov/</a>

### Інституційний депозитарій

**Система DSpace** <http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/>

Автореферати і дисертації	<a href="http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/handle/123456789/1">http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/handle/123456789/1</a>
Бібліотека	<a href="http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/handle/123456789/26">http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/handle/123456789/26</a>
Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва	<a href="http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/handle/123456789/968">http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/handle/123456789/968</a>
Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва серія "Економічні науки"	<a href="http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/handle/123456789/1407">http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/handle/123456789/1407</a>
Навчальні видання	<a href="http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/handle/123456789/10">http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/handle/123456789/10</a>
Наукові видання	<a href="http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/handle/123456789/3">http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/handle/123456789/3</a>

### Електронний архів Scriptorium

<http://lib.knau.kharkov.ua/bibliotek/2278-do-uvagi-koristuvachv-bbloteki.html>