

Міністерство освіти і науки України  
Сумський національний аграрний університет  
Факультет економіки і менеджменту  
Кафедра маркетингу та логістики


## **Освітньо-наукова програма (силабус)**

### **Маркетинг крафтових (нішевих) продуктів (обов'язковий)**

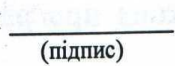
Реалізується в межах спеціальності **075 «Маркетинг»**  
Підготовки доктора філософії у галузі знань **07 "Управління та адміністрування"**  
на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти

Розробник: 

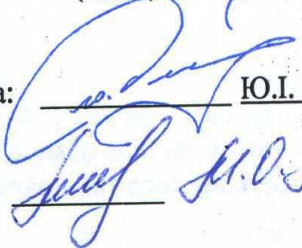
**А.М. Орел, д.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та логістики**

Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри: <u>Маркетингу та логістики</u> (назва кафедри)	протокол від 03.06.2022 року, № 15
	Завідувач кафедри  <u>проф. Н.О. Макаренко</u> (підпис) (прізвище, ініціали)

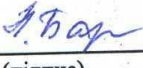
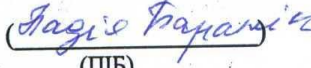
**Погоджено:**

Гарант освітньої програми  В.М. Жмайлов  
(підпис) (ПІБ)

Завідувач відділу аспірантури та докторантури  С.В. Ярошук  
(підпис) (ПІБ)

Рецензія на робочу програму (додається) надана:  Ю.І. Данько  
(ПІБ)

 М.О. Шимченко  
(ПІБ)

Методист відділу якості освіти, ліцензування та акредитації  І.Іван  Ягіс  
(підпис) (ПІБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 06.07. 2022 р.

## Інформація про перегляд робочої програми (силабусу):

Навчальний рік, в якому вносяться зміни	Номер додатку до робочої програми з описом змін	Зміни розглянуто і схвалено		
		Дата та номер протоколу засідання кафедри	Завідувач кафедри	Гарант освітньої програми
2022		№ 15 від 03. 06. 2022 р.		Жмайлов В.М.

### 1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	Маркетинг крафтових (нішевих) продуктів			
2.	Факультет/кафедра	Факультет економіки і менеджменту, кафедра маркетингу та логістики			
3.	Статус ОК	Обов'язковий			
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК	Освітньо – наукова програма «Маркетинг» на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування Ступінь вищої освіти: доктор філософії			
5.	Рівень НРК	8			
6.	Семестр та тривалість вивчення Денна/Заочна	4/10/ тижнів			
7.	Кількість кредитів ЄКТС	5			
8.	Загальний обсяг годин та їх розподіл  <i>- денна форма навчання</i>	Контактна робота(заняття)			Самостійна робота
		Лекційн і	Практичні /семінарські	Лабораторні	
		10	14	-	126
9.	Мова навчання	Українська			
10.	Викладач/Координатор освітнього компонента	д.е.н., доцент Орел Анна Миколаївна			
10.1	Контактна інформація	<a href="mailto:anna.orel1904@gmail.com">anna.orel1904@gmail.com</a> ауд. 214 економічного корпусу			
11.	Загальний опис освітнього компонента	<p>Навчальна дисципліна призначена як дисципліна вибором для формування у аспірантів теоретичних знань основних положень, вміння сприймати, осмислювати, критично оцінювати та приймати конкретні рішення при розробці проектів харчових крафтових виробництв і підготовка до затвердження проектної документації з урахуванням вимог нормативних документів і сучасних підходів до функціонування систем забезпечення закладу, раціональної організації виробництва продукції, ефективній інноваційній діяльності з використанням сучасних систем автоматизованого проектування.</p> <p>Під час вивчення дисципліни здобувачі зможуть ознайомитися не лише з особливостями технологічного процесу виробництва крафтової продукції, а й здобути навички і вміння самостійно планувати і виконувати розробки крафтових технологій харчових продуктів, опанувати шляхи і методи виробництва крафтової продукції харчування з урахуванням вимог створення продукції високої якості, визначеної харчової і біологічної цінності, енергоємності.</p>			
12.	Мета освітнього компонента	Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг крафтових (нішевих) продуктів» є формування у аспірантів фундаментальних знань, вмінь та навичок стосовно наукових та практичних підходів до крафтових технологій продукції харчування, а також формування наукового світогляду і глибоких			

		знань з теорії маркетингу, набуття вмінь і навичок конкретної маркетингової діяльності, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та визначення її пріоритетів у сучасних умовах.
13.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	1. Освітній компонент базується на основі вивчення дисциплін: маркетинг, маркетинг в малому бізнесі, маркетингове планування і контроль на підприємстві, основи підприємництва, економіка підприємства 2. Освітній компонент є основою для вивчення дисциплін: аналіз господарської діяльності, маркетингові дослідження.
14.	Політика академічної доброчесності	<b>Політика курсу</b> – жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до нормативних документів СНАУ про академічну доброчесність учасників освітнього процесу. <a href="https://snau.edu.ua/viddil-zabezpechennya-yakosti-osviti/zabezpechennya-yakosti-osviti/akademichna-dobrochesnist/">https://snau.edu.ua/viddil-zabezpechennya-yakosti-osviti/zabezpechennya-yakosti-osviti/akademichna-dobrochesnist/</a> Для аспірантів є неприйнятним: - Під час виконання контрольних робіт та теоретичного опитування використовувати джерела інформації (усні (підказки), письмові (роботи інших осіб), друковані (книги, методичні посібники), електронні(телефони, планшети), недозволені викладачем. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент отримує за заняття 0 балів і зобов'язаний відпрацювати таке заняття. - Списування під час контрольних робіт заборонені. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання.

## 2. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

Результати навчання за ОК: Після вивчення освітнього компонента студент очікувано буде здатен...»	Програмні результати навчання, на досягнення яких спрямований ОК						Як оцінюється ДРН
	ПРН <sub>1</sub>	ПРН <sub>4</sub>	ПРН <sub>6</sub>	ПРН <sub>8</sub>	ПРН <sub>10</sub>	ПРН <sub>12</sub>	
<b>ДРН 1.</b> Мати науково обгрунтоване розуміння фундаментальних принципів маркетингу нішевих продуктів, уміти використовувати набір кількісних показників по досягненню цілей маркетингового управління у сфері крафтових продуктів				X		X	Тест множинного вибору
<b>ДРН 2.</b> Застосовувати передові концептуальні та методологічні знання про сучасні концепції маркетингу крафтових продуктів.		X					Тест множинного вибору
<b>ДРН 3.</b> Застосовувати найефективніші методи планування і організації маркетингу суб'єкта господарювання в ланцюгах створення вартості, орієнтованих на сталий розвиток крафтових продуктів харчування.			X			X	Підготовка та опублікування тез або наукових статей у збірниках, які входять до фахових видань та/або видань
<b>ДРН 4.</b> Визначати ключові елементи маркетингової діяльності для їх адаптації до цілей сталого розвитку та розробляти маркетингові стратегії для посилення руху сталого споживання крафтових продуктів.					X	X	Підготовка і опублікування тез та виступ на наукових конференціях
<b>ДРН 5.</b> Розв'язувати складні проблеми управління маркетингу на основі аналізування потреб крафтових продуктів та мотивації до сталої поведінки покупців на різних видах ринків).		X					Підготовка і опублікування тез та виступ на наукових конференціях

**ПРН<sub>1</sub>**. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.

**ПРН<sub>4</sub>**. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці.

**ПРН<sub>6</sub>**. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної та академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.

**ПРН<sub>8</sub>**. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи.

**ПРН<sub>10</sub>**. Глибоко розуміти механізми та особливості реалізації маркетингових стратегій в агробізнесі, а також визначати специфічні категорії аграрного маркетингу (маркетинг органічної продукції, маркетинг нішевих товарів, маркетинг крафтових технологій, маркетинг туризму).

**ПРН<sub>12</sub>**. Розвивати теорії, концепції, моделі та принципи маркетингу, усвідомлюючи економічні, стратегічні, інноваційні, соціальні та екологічні аспекти сталого розвитку та виклики, з якими вони пов'язані.

### 3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу (дф/зф)			Рекомендована література
	Аудиторна робота		Самостійна робота	
	Лк	Пз		
Тема 1. <i>Крафтові маркетингові технології - перспективи та асортимент виробництва.</i> 1. Підбір технологічного устаткування для виробничих приміщень крафтових виробництв. 2. Класифікація і характеристика крафтових продуктів функціонального призначення. 3. Особливості виробництва крафтових продуктів з використанням функціонально-екологічної сировини.	2	2	20	Основні джерела: 1, 2, 3, 4, 5 Методичне забезпечення: 2 Інші джерела: 2
Тема 2. <i>Концептуальні рішення на крафтових виробництвах.</i> 1. Планувальні рішення крафтових виробництв. 2. Екологічні вимоги до крафтових виробництв. 3. Конструювання продуктів крафтового призначення на основі харчової маркетингової комбінаторики.	2	4	20	Основні джерела: 1, 2, 3, 4, 5 Методичне забезпечення: 2 Інші джерела: 3
Тема 3. <i>Крафтові маркетингові технології м'ясних продуктів.</i> 1. Крафтові технології м'ясних продуктів в умовах закладів ресторанного господарства. 2. Технологія виробництва ковбас. 3. Технологія м'ясних продуктів із шматкового м'яса.	2	2	22	Основні джерела: 1, 2, 3, 4, 5 Методичне забезпечення: 1, 2 Інші джерела: 3
Тема 4. <i>Технологія виробництв продуктів харчової промисловості</i> 1. Крафтові технології виробництва пива та квасу.	2	4	34	Основні джерела: 1, 2, 3, 4, 5 Методичне забезпечення: 2 Інші джерела: 2

<p>2.Крафтові технології переробки та використання фруктово-ягідної та овочевої сировини.</p> <p>3.Крафтові технології молочних продуктів в умовах закладів ресторанного господарства.</p> <p>4.Крафтові технології виробництва хлібобулочних, кондитерських та кулінарних виробів.</p> <p>5.Технології виготовлення заморожених тістових напівфабрикатів.</p>				
<p>Тема 5.<i>Експертиза проектів</i></p> <p>1.Обґрунтування маркетингових рішень управління товарним асортиментом.</p> <p>2.Характеристика і технологія прийняття маркетингових рішень.</p> <p>3.Обґрунтування формування клієнтоорієнтованого підходу.</p>	2	2	30	Основні джерела: 1, 2, 3, 4, 5 Методичне забезпечення: 2 Інші джерела: 1,2
<b>Всього</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>126</b>	

#### 4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем <u>під час аудиторних занять</u> , консультацій)	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати <u>студент самостійно</u> )
ДРН 1. Мати науково обґрунтоване розуміння фундаментальних принципів маркетингу нішевих продуктів, уміти використовувати набір кількісних показників по досягненню цілей маркетингового управління у сфері крафтових продуктів	Інтерактивні лекції.Мозковий штурм. Консультації викладача . Робота на практичних заняттях.	Методи навчання за характером логіки пізнання (аналітичний, методи синтезу, індукції та дедукції)
ДРН 2. Застосовувати передові концептуальні та методологічні знання про сучасні концепції маркетингу крафтових продуктів.	Практичні методи: case-study, виконання та захист індивідуальних досліджень з обраної тематики	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Тест множинного вибору Підготовка і опублікування тез та виступ на наукових конференціях
ДРН 3. Застосовувати найефективніші методи планування і організації маркетингу суб'єкта господарювання в ланцюгах створення вартості, орієнтованих на сталий розвиток крафтових продуктів харчування.	Інтерактивні лекції. Мозковий штурм. Консультації викладача . Робота на практичних заняттях.	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Взаємне навчання (peertopeerlearning) Написання розрахунково-дослідницької контрольної роботи та її захист
ДРН 4. Визначати ключові елементи маркетингової діяльності для їх адаптації до цілей сталого розвитку та розробляти маркетингові стратегії для посилення руху сталого споживання крафтових продуктів.	Мультимедійна лекція Перевернутий клас Метод кейсів (casestudy)	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Захист розрахункових робіт Командна презентація Підготовка і опублікування тез та виступ на наукових конференціях
ДРН 5. Розв'язувати складні проблеми управління маркетингу на основі аналізування потреб крафтових продуктів та мотивації до сталої поведінки покупців на різних видах ринків).	Мультимедійна лекція. Дискусія. Робота на практичних заняттях.	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Робота в малих групах (формування ідеї стратегії, ідентифікація, розробка стратегії, підготовка презентації та захист кейсів)

## 5. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

### 5.1. СУМАТИВНЕ ОЦІНЮВАННЯ

#### 5.1.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання з дисципліни передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1	Тест множинного вибору	20 балів / 20%	8-й, 17-й тиждень
2	Підготовка та опублікування тез або наукових статей у збірниках, які входять до фахових видань та/або видань	30 балів / 30 %	7-й, 15-й тиждень
3	Підготовка і опублікування тез та виступ на наукових конференціях	20 балів / 20 %	9-й, 16-й тиждень
	<i>РАЗОМ</i>	<i>70 балів / 70 %</i>	<i>18 тиждень</i>
4	Підсумковий контроль: виконання комплексного завдання за всім освітнім компонентом	30 балів / 30 %	згідно затвердженого розкладу
	Всього	100 балів / 100%	

#### 5.1.2. Критерії оцінювання

<b>Компонент</b>	<b>Незадовільно</b>	<b>Задовільно</b>	<b>Добре</b>	<b>Відмінно</b>
Тест множинного вибору	<i>&lt;60% правильних відповідей</i>	<i>60-74 % правильних відповідей</i>	<i>75-89 % правильних відповідей</i>	<i>90-100 % правильних відповідей</i>
	Студент володіє окремими теоретичними елементами курсу. Цілісність розуміння теоретичного матеріалу відсутня.	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, які є мінімально допустимими. Розуміє основні положення, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, але допускає окремі неточності.	Студент демонструє повні й міцні знання навчального теоретичного матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни.
Підготовка та опублікування наукових статей у збірниках, які входять до фахових видань та/або видань, які включені до міжнародних науково метричних баз	<i>&lt;18 балів</i>	<i>18-22 балів</i>	<i>23-26 балів</i>	<i>27-30 балів</i>
	Вимоги щодо опублікування статті не виконано.	Більшість розрахунків виконано, але окремі складові відсутні або недостатньо розкриті, відсутній опис управлінського рішення до задачі.	Виконано усі вимоги завдання, але є неточності у описаних управлінських рішеннях. Помилки у рішеннях та розрахунках не є системними.	Виконані усі вимоги до розрахункової контрольної роботи, продемонстровано креативність, вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми.
Підготовка і опублікування тез та виступ на наукових конференціях	<i>&lt;12% правильних відповідей</i>	<i>12-15 % правильних відповідей</i>	<i>16-18 % правильних відповідей</i>	<i>19-20 % правильних відповідей</i>
	Студент володіє окремими теоретичними елементами курсу. Цілісність розуміння теоретичного матеріалу відсутня.	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, які є мінімально допустимими. Розуміє основні положення, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, але допускає окремі неточності.	Студент демонструє повні й міцні знання навчального теоретичного матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни.



## 5.2. ФОРМАТИВНЕ ОЦІНЮВАННЯ:

Для оцінювання поточного прогресу у навчанні та розуміння напрямів подальшого удосконалення передбачено

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Самооцінка поточного тестування	7,14 тиждень
2	Перевірка та обговорення наукових досліджень	8,15 тиждень
3	Настанови викладача в процесі проведення наукових досліджень	кожну пару
4	Обговорення та самокорекція виконаного аспірантами наукового дослідження	кожне практичне заняття
5	Перевірка та оцінювання підготовлених чорнових варіантів наукових статей і тез конференцій	8, 15 тиждень

Самооцінювання може використовуватися як елемент сумативного оцінювання, так і формативного оцінювання.

## **6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)**

### **1. Основні джерела:**

#### **1.1. Підручники, посібники**

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства. навч. посібн. – Київ: Центр навчальної і практичної літератури, –2012. – 612 с.
2. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. навч. посіб. – Київ: Центр навчальної і практичної літератури, –2017. –536 с.
3. Ларіна Я.С., Бабічева О.І., Романова Л.В., Антофій Н.М. Стратегічний маркетинг: навчальний пробник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, – 2019. – 364с.  
URL: <https://oldiplus.ua/downloads/361.pdf>
4. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. / Під ред. Н. Карперко. – Центр навчальної літератури, –2019. –252 с.
6. Муштай В.А., Лищенко М.О.Маркетингові дослідження: Навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», – 2021. –229 с.
7. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, – 2020. –347 с. URL: <https://inlnk.ru/WEOOP>
8. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, – 2019. – 146 с.  
URL: [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_796\\_67558907.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_796_67558907.pdf)

### **2. Інші джерела:**

1. Локальні, нішеві та крафтові продукти формують смак України. Agri-gator : веб-сайт. URL: <https://agri-gator.com.ua/2020/10/30/lokalni-nishovita-kraftoviproduktyformuiut-smak-ukrainy-kateryna-zvierieva/>
2. Крафтові продукти. Foody : веб-сайт. URL: <https://foody.ua/ua/blog/kraftovyeprodukty.-chto-takoe-i-schem-est/>
3. Стратегічне бачення нормативного визначення «крафтового виробника» у сфері виробництва та введення в обіг харчових продуктів. Громадська рада України: веб-сайт. URL: [https://qftp.org/wpcontent/uploads/2020/10/6\\_\\_\\_1.pdf](https://qftp.org/wpcontent/uploads/2020/10/6___1.pdf)
4. Бібліотека ім. В. Вернадського – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua>.
5. Інститут філософії ім. Г. Сковороди – Режим доступу : <http://www.filosof.com.ua>.

### **3. Програмне забезпечення**

1. <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=2071>
2. Мультимедіа, відео- і звуковідтворювальна, проєкційна апаратура (відеокамери, проєктори, екрани).
3. Програмне забезпечення (для підтримки дистанційного навчання, Інтернет-опитування, Zoom, Moodle.)

Рецензія на робочу програму (силабус)  
**МАРКЕТИНГ КРАФТОВИХ (НІШЕВИХ) ПРОДУКТІВ**  
 освітня програма 075 «Маркетинг»»

Параметр, за яким оцінюється робоча програма (силабус) освітнього компонента гарантом або членом проєктної групи	Так	Ні	Коментар
Результати навчання за освітнім компонентом (ДРН) відповідають НРК	+		
Результати навчання за освітнім компонентом (ДРН) відповідають передбаченим ПРН (для обов'язкових ОК)	+		
Результати навчання за освітнім компонентом дають можливість виміряти та оцінити рівень їх досягнення	+		

Член проєктної групи ОП «Маркетинг» д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики  
 проректор з наукової роботи Данько Ю.І. \_\_\_\_\_

Параметр, за яким оцінюється робоча програма (силабус) освітнього компонента викладачем відповідної кафедри	Так	Ні	Коментар
Загальна інформація про освітній компонент є достатньою	+		
Результати навчання за освітнім компонентом (ДРН) відповідають НРК	+		
Результати навчання за освітнім компонентом (ДРН) дають можливість виміряти та оцінити рівень їх досягнення	+		
Результати навчання (ДРН) стосуються компетентностей студентів, а не змісту дисципліни (містять знання, уміння, навички, а не теми навчальної програми дисципліни)	+		
Зміст ОК сформовано відповідно до структурно-логічної схеми	+		
Навчальна активність (методи викладання та навчання) дає змогу студентам досягти очікуваних результатів навчання (ДРН)	+		
Освітній компонент передбачає навчання через дослідження, що є доцільним та достатнім для відповідного рівня вищої освіти	+		
Стратегія оцінювання в межах освітнього компонента відповідає політиці Університету/факультету	+		
Передбачені методи оцінювання дозволяють оцінити ступінь досягнення результатів навчання за освітнім компонентом	+		
Навантаження студентів є адекватним обсягу освітнього компонента	+		
Рекомендовані навчальні ресурси є достатніми для досягнення результатів навчання (ДРН)	+		
Література є актуальною	+		
Перелік навчальних ресурсів містить необхідні для досягнення ДРН програмні продукти	+		

Рецензент: \_\_\_\_\_

*Людмила Миколаївна О.*