

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

**Робоча програма (силабус) освітнього компонента  
Маркетинг крафтових (нішевих) продуктів  
(вибірковий)**

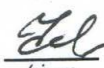
Реалізується в межах освітньої програми **Маркетинг**  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
на **III (освітньо-науковому)** рівні вищої освіти

Суми – 2023

Розробник:

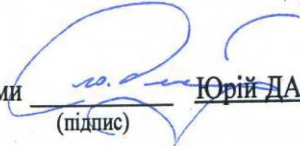


**Анна Орел**, д.е.н., доцент, доцент кафедри  
маркетингу та логістики

Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри <u>маркетингу та логістики</u> (назва кафедри)	протокол від 06.06.2023 року, № 20
	Завідувач кафедри  <b>Наталія МАКАРЕНКО</b> (прізвище, ініціали)

Погоджено:

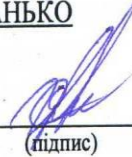
Гарант освітньої програми



**Юрій ДАНЬКО**

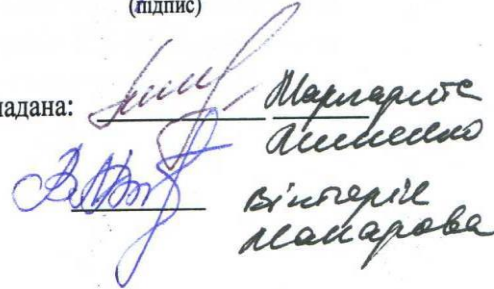
(підпис)

Завідувач відділу аспірантури та докторантури



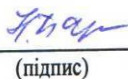
(підпис)

Рецензія на робочу програму (додається) надана:  
(підпис)



**Маргарита**  
**Александр**  
**Вікторія**  
**Макарова**

Методист відділу якості освіти,  
ліцензування та акредитації



(підпис)



Зареєстровано в електронній базі: дата: 08.07. 2023 р.

## 1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	Маркетинг крафтових (нішевих) продуктів			
2.	Факультет/кафедра	Економіки і менеджменту, кафедра маркетингу та логістики			
3.	Статус ОК	Вибірковий			
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК для (заповнюється для обов'язкових ОК)	Освітньо – професійна програма «Маркетинг». Третього рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування Науковий ступінь: доктор філософії			
5.	Рівень НРК	8			
6.	Семестр та тривалість вивчення Денна/Заочна	3–й, 1-18 тиждень			
7.	Кількість кредитів ЄКТС	5			
8.	Загальний обсяг годин та їх розподіл  - денна форма навчання	Контактна робота(заняття)			Самостійна робота
		Лекційні	Практичні /семінарські	Лабораторні	
		20	30	-	100
9.	Мова навчання	Українська			
10.	Викладач/Координатор освітнього компонента	д.е.н., доцент Орел Анна Миколаївна			
11.	Контактна інформація	<a href="mailto:anna.orel1904@gmail.com">anna.orel1904@gmail.com</a> ауд. 214 економічного корпусу			
12.	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>			
13.	Мета освітнього компонента	Метою викладання навчальної дисципліни 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			

		маркетингової діяльності.
14.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	<p>1. Освітній компонент базується на вивченні ОК: Методологія проведення наукових досліджень, Сучасні концепції маркетингу, Інноваційний маркетинг.</p> <p>2. Освітній компонент є основою для вивчення ОК: Формування маркетингових стратегій в агробізнесі, Сучасні інформаційні технології у науковій діяльності.</p>
15.	Політика академічної доброчесності	<p><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.</p> <p><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></p> <p>Для аспірантів є неприйнятним:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> <li>- Списування під час контрольних робіт заборонені. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.</li> </ul> <p>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.</p>

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

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу		Рекомендована література	
	Аудиторна робота			Самостійна робота
	Лк	Пз		
<p><i>Тема 1.Крафтові маркетингові технології - перспективи та асортимент виробництва.</i></p> <p>1.1.Підбір технологічного устаткування для виробничих приміщень крафтових виробництв.</p> <p>1.2. Класифікація і характеристика крафтових продуктів функціонального призначення.</p> <p>1.3.Особливості виробництва крафтових продуктів з використанням функціонально-екологічної сировини.</p>	4	6	20	основні джерела: 1, 2, 3, 4, 5 методичне забезпечення: 2 інші джерела: 2
<p><i>Тема 2.Концептуальні рішення на крафтовихвиробництвах.</i></p> <p>2.1.Планувальні рішення крафтових виробництв.</p> <p>2.2.Екологічні вимоги до крафтових виробництв.</p> <p>2.3.Конструювання продуктів крафтового призначення на основі харчової маркетингової комбінаторики.</p>	4	6	20	основні джерела: 1, 2, 3, 4, 5 методичне забезпечення: 2 інші джерела: 3
<p><i>Тема 3.Крафтові маркетингові технології м'ясних продуктів.</i></p> <p>3.1. Крафтові технології м'ясних продуктів в умовах закладів ресторанного господарства.</p> <p>3.2. Технологія виробництва ковбас.</p> <p>3.3.Технологія м'ясних продуктів із шматкового м'яса.</p>	4	6	20	основні джерела: 1, 2, 3, 4, 5 методичне забезпечення: 1,2 інші джерела: 3

<p><i>Тема 4.Технологія виробництв продуктів харчової промисловості</i></p> <p>4.1.Крафтові технології виробництва пива та квасу.</p> <p>4.2.Крафтові технології переробки та використання фруктово-ягідної та овочевої сировини.</p> <p>4.3.Крафтові технології молочних продуктів в умовах закладів ресторанного господарства.</p> <p>4.4.Крафтові технології виробництва хлібобулочних, кондитерських та кулінарних виробів.</p> <p>4.5.Технології виготовлення заморожених тістових напівфабрикатів.</p>	4	6	20	основні джерела: 1, 2, 3, 4, 5 методичне забезпечення: 2 інші джерела: 2
<p><i>Тема 5.Експертиза проектів</i></p> <p>5.1. Обґрунтування маркетингових рішень управління товарним асортиментом.</p> <p>5.2.Характеристика і технологія прийняття маркетингових рішень.</p> <p>5.3.Обґрунтування формування клієнтоорієнтованого підходу.</p>	4	6	20	основні джерела: 1, 2, 3, 4, 5 методичне забезпечення: 2 інші джерела: 1,2
<b>Всього</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	

### 3. 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 РНД
	РН1	РН4	РН6	РН8	РН10	РН12	
ДРН 1. Мати науково- обґрунтоване розуміння фундаментальних принципів маркетингу нішевих продуктів, уміти використовувати набір кількісних				X		X	Тест множинного вибору

показників по досягненню цілей маркетингового управління у сфері крафтових продуктів.							
<b>ДРН 2.</b> Застосовувати передові концептуальні та методологічні знання про сучасні концепції маркетингукрафтових 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 розвитоккрафтових 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> Використовувати інноваційні підходи щодо здійснення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання з метою досягнення цілей виробництва нішевих продуктів і споживання.	X					X	Підготовка та опублікування тез або наукових статей у збірниках, які входять до фахових видань та/або видань
<b>ДРН 5.</b> Визначати ключові елементимаркетингової діяльності для їх адаптації до цілей розвитку та розробляти маркетингові стратегії щодо нішевих продуктів для посилення руху споживання.					X	X	Підготовка і опублікування тез та виступ на наукових конференціях
<b>ДРН 6.</b> Розв'язувати складні проблеми управління маркетингу на основі аналізування потребкрафтових продуктів та мотивації до сталої поведінки покупців на різних видах ринків.		X					Підготовка і опублікування тез та виступ на наукових конференціях

**РН01.** Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і намежі 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.

**РН04.** Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці

**РН06.** 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

**РН08.** 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

**РН 10.** 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).

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

#### 4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем <u>під час аудиторних занять, консультацій</u> )	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати <u>аспірант самостійно</u> )
<p><b>ДРН 1.</b> Мати науково-обґрунтоване розуміння фундаментальних принципів маркетингу нішевих продуктів, уміти використовувати набір кількісних показників по досягненню цілей маркетингового управління у сфері крафтових продуктів.</p>	Словесні методи: лекція, пояснення, навчальна дискусія	Метод готових знань
	Наочні методи: візуалізація; демонстрація	Методи формування умінь і навичок: вправління, програмованого навчання; проблемний; змагальний
	Практичні методи: вправи, практичні роботи; дослідні роботи	Дослідницький метод; частково-пошуковий метод (евристичний); case-study; перевернутий classroom
	Метод тьюторського навчання*	Методи перевірки і оцінювання знань, умінь і навичок: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів; усне опитування; письмовий контроль; тестовий контроль
<p><b>ДРН 2.</b> Застосовувати передові концептуальні та методологічні знання про сучасні концепції маркетингу крафтових продуктів</p>	Словесні методи: лекція, консультація, навчальний диспут	Метод готових знань, взаємного навчання (peertopeerlearning), порівняння альтернативних позицій
	Наочні методи: демонстрація	Метод формування умінь і навичок, навчання через викладання



		(learning by teaching)
	Практичні методи: case-study, практичні роботи	Аналітичні методи навчання; обмін думками (think-pair-share), дебати
	Метод тьюторського навчання*	Методи перевірки і оцінювання знань, умінь і навичок
ДРН 3. Застосовувати найефективніші методи планування і організації маркетингу суб'єкта господарювання в ланцюгах створення вартості, орієнтованих на розвиток крафтових продуктів харчування.	Словесні методи: лекція, консультація, навчальний диспут, «перевернутий клас»	Метод готових знань, метод визначення позиції, обмін думками (think-pair-share)
	Наочні методи: демонстрація	Метод формування умінь і навичок, «броунівський рух»
	Практичні методи: виконання індивідуальних досліджень з обраної тематики, «дерево рішень»	Аналітичні методи навчання (підготовка та опублікування наукових статей у збірниках, які входять до фахових видань); пошук інформації; дослідницький метод (в т. ч. участь у виконанні бюджетних та госпдогвірних науково-дослідних робіт), спільний проєкт
	Метод тьюторського навчання*	Методи перевірки і оцінювання знань, умінь і навичок
ДРН 4. Використовувати інноваційні підходи щодо здійснення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання з метою досягнення цілей виробництва нішевих продуктів і споживання.	Словесні методи: лекція, консультація, навчальний диспут, «перевернутий клас»	Метод готових знань, порівняння альтернативних позицій, метод визначення позиції, обмін думками (think-pair-share)
	Наочні методи: демонстрація	Метод формування умінь і навичок
	Практичні методи: виконання індивідуальних досліджень з обраної тематики, «дерево рішень»	Аналітичні методи навчання (підготовка та опублікування наукових статей у збірниках, які включені до міжнародних науково-метричних баз); пошук інформації; дослідницький метод
	Словесні методи: лекція, консультація, навчальний диспут, «перевернутий клас»	Метод готових знань, порівняння альтернативних позицій, метод визначення позиції, обмін думками (think-pair-share)
ДРН 5. Визначати ключові елементи маркетингової діяльності для їх адаптації до цілей розвитку та розробляти маркетингові стратегії щодо нішевих продуктів для посилення руху споживання.	Словесні методи: лекція, консультація, навчальний диспут, «перевернутий клас»	Метод готових знань обмін думками (think-pair-share)
	Наочні методи:	Метод формування умінь і навичок,

	демонстрація, ілюстрація	пояснювально-ілюстративні методи (виступи на наукових конференціях)
	Практичні методи: case-study, виконання та захист індивідуальних досліджень з обраної тематики	Пошук інформації; дослідницький метод (в т. ч. участь у міжнародних наукових конференціях), частково-пошукові методи, дебати
	Метод тьюторського навчання*	Методи перевірки і оцінювання знань, умінь і навичок
<b>ДРН 6.</b> Розв'язувати складні проблеми управління маркетингу на основі аналізування потреб крафтових продуктів та мотивації до сталої поведінки покупців на різних видах ринків.	Словесні методи: лекція, консультація, навчальний диспут, «перевернутий клас»	Метод готових знань, взаємного навчання (peertopeerlearning), «мозковий штурм», обмін думками (think-pair-share)
	Наочні методи: демонстрація, ілюстрація	Метод формування умінь і навичок, пояснювально-ілюстративні методи (виступи на наукових конференціях)
	Практичні методи: case-study, виконання та захист індивідуальних досліджень з обраної тематики	Пошук інформації; дослідницький метод (в т. ч. участь у міжнародних наукових конференціях), частково-пошукові методи, дебати
	Метод тьюторського навчання*	Методи перевірки і оцінювання знань, умінь і навичок

\*За умови змін процесу навчання

## 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	Під час підсумкового контролю у процесі оцінювання дисциплін, що забезпечують професійну підготовку, враховуються підготовлені здобувачем та опубліковані наукові статті у збірниках, які входять до фахових видань та/або видань,	30 балів / 30 %	згідно затвердженого розкладу

	які включені до міжнародних науково метричних баз.		
	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	<60% правильних відповідей	60-74 % правильних відповідей	75-89 % правильних відповідей	90-100 % правильних відповідей
	Студент володіє окремими теоретичним і 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	<18 балів	18-22 балів	23-26 балів	27-30 балів
	Вимоги щодо опублікування статті не виконано.	Підготовлено чорновий варіант статті, але окремі складові відсутні або недостатньо розкриті, стаття вимагає детального корегування.	Виконано усі вимоги до написання наукової статті, стаття пройшла рецензування, але не подана до друку	Виконано усі вимоги до написання наукової статті, стаття опублікована у збірниках, які входять до фахових видань та/або видань, які включені до міжнародних науково метричних баз
Підготовка і опублікування тез та виступ на наукових	<12% правильних відповідей	12-15 % правильних відповідей	16-18 % правильних відповідей	19-20 % правильних відповідей

конференціях	Вимоги щодо опублікування тез не виконано. Презентація виступу на конференції не підготовлена .	Підготовлено чорновий варіант тез, який вимагає детального корегування, є відповідність алгоритму у презентації виступу, але відсутнє глибоке розуміння проблематики дослідження	Виконано усі вимоги до написання тез, подано до друку. Виконано усі вимоги презентації, є відповідність алгоритму у презентації виступу, але відсутній сам виступ на конференції.	Виконано усі вимоги до написання тез, які опубліковані у збірнику наукової конференції, відбувся фактичний виступ на конференції та отримано сертифікат учасника
--------------	---	--	---	--

## 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	Розв'язування ситуаційних завдань	на кожній парі
6	Перевірка та оцінювання підготовлених чорнових варіантів наукових статей і тез конференцій	8, 15 тиждень

## 6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

### 6.1. Основні джерела

1. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства: навч. посібн. Київ: ЦУЛ, 2019. 612 с.
2. Буднікевич І. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. Київ: ЦУЛ, 2019. 536 с.
3. 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)
4. Маркетинг: підручник для здобувачів третього (освітньо – наукового) рівня «Доктор філософії» за спеціальністю 075 «Маркетинг»/ Ю.І. Данько, Н.О. Макаренко, М.О. Лищенко, А.М. Орел, Л.В. Слюсарєва, В.А. Муштай, К.В. Блюмська-Данько, О.В. Шумкова. Одеса: ВД «Гельветика», 2023. 492 с. (23,07 д.а.)
5. Муштай В.А., Лищенко М.О. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2021. 229 с.
6. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: <https://inlnk.ru/WEOOP>

### 6.2. Інші джерела:

1. Калініченко Л.Л. Проблеми розвитку крафтової діяльності в Україні. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2022. № 5 (63). С. 26–33. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No5/26.pdf>
2. Колодяжна В. Маркетинговий аналіз вітчизняного ринку крафтової аграрної продукції. Bulletin of Sumy National Agrarian University. 2023. 1 (93), 22–27. <https://doi.org/10.32845/bsnau.2023.1.5>
3. Красноручський О. Брендинг та крафтові технології аграрних підприємств: стратегічний аспект. Вісник Хмельницького національного університету. 2023. № 3. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vesnik/wp-content/uploads/2023/05/-316-3.pdf>
4. Кульчицька А. Є., Царьова Т. О. Специфіка та тенденції розвитку ринку крафтової продукції в Україні. Актуальні проблеми економіки та управління. № 12. 2018. С. 3–14. URL: [http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/24658/1/2018-12\\_3-14.pdf](http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/24658/1/2018-12_3-14.pdf)
5. Осадчук І. В., Боліла С. Ю., Кириченко Н. В. Розвиток крафтового органічного сімейного фермерства – шлях до подолання безробіття на селі. Ефективна економіка. 2020. № 4. URL: <http://www.economy.и наука.com.ua/?op=1&z=7772>. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.4.61
6. Череп А. Маркетинг: навч. посібн. Київ: Кондор, 2021. 728 с.

### 6.3. Інформаційні ресурси

1. Локальні, нішеві та крафтові продукти формують смак України. Agri-gator : веб-сайт. URL: <https://agri-gator.com.ua/2020/10/30/lokalni-nishovi-takraftoviprodukyformuiut-smak-ukrainy-kateryna-zvierieva/>
2. Крафтові продукти. Foody : веб-сайт. URL: <https://foody.ua/ua/blog/kraftovyeproduky-cto-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.nbuiv.gov.ua>.
5. Інститут філософії ім. Г. Сковороди – Режим доступу : <http://www.filosof.com.ua>.
6. Локальні, нішеві та крафтові продукти формують смак України. Agri-gator : веб-сайт. URL: <https://agri-gator.com.ua/2020/10/30/lokalni-nishovi-takraftoviprodukyformuiut-smak-ukrainy-kateryna-zvierieva/>
7. Крафтова їжа : веб-сайт. URL: <https://beregunya.com.ua/harchuvannya/kraftovayizha-gastronomichnyjorgazm-i-strunka-figura-gurmany-ne-tovstiyut.html>

8. Стандартизація та сертифікація продукції. Навчальні матеріали: веб-сайт. URL: [https://pidru4niki.com/1728092436279/ekonomika/standartizatsiya\\_serifikatsiya\\_produktsiyi](https://pidru4niki.com/1728092436279/ekonomika/standartizatsiya_serifikatsiya_produktsiyi)

#### **6.4. Програмне забезпечення**

1. <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=5661>
2. Мультимедіа, відео- і звуковідтворювальна, проєкційна апаратура (відеокамери, проєктори, екрани).
3. Програмне забезпечення (для підтримки дистанційного навчання, Інтернет-опитування, Zoom, Moodle.)