

АГРАРНИЙ МАРКЕТИНГ

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування професійних компетентностей щодо теоретичних та практичних основ маркетингових технологій відносин споживачів продовольчих товарів з виробниками, суб'єктами сфери переробки й просування сільськогосподарської продукції; набуття вмінь і навичок творчого пошуку резервів і способів підвищення ефективності маркетингової діяльності на аграрному ринку.

Основні завдання навчальної дисципліни: оволодіти базовими знаннями щодо проведення досліджень, пошуку, обробки та аналізу інформації; адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації; оцінювати окремі заходи фінансово-кредитної, податкової, цінової політики в аграрному секторі, а також аграрно-соціальної та аграрно-екологічної політиці держави; демонструвати розуміння сутності, історії розвитку та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими; критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу; демонструвати розуміння особливостей та умінь проведення досліджень, пов'язаних зі специфікою предметної області маркетингу.

Компетентності:

загальні:

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

фахові:

ФК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

ФК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

Програмні результати навчання:

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Теоретичні засади і практичні аспекти аграрного маркетингу.

Тема 2. Маркетингові дослідження ринків і сфер діяльності АПК.

Тема 3. Маркетинг сільськогосподарської продукції.

Тема 4. Ціноутворення на товарних ринках АПК.

Тема 5. Торговельно-збутова діяльність підприємств АПК і фермерських господарств.

Тема 6. Маркетинг матеріально-технічних ресурсів у системі агропостачання.

Тема 7. Маркетингова модель менеджменту АПК.

Тема 8. Заходи регулювання зовнішньої торгівлі агропродовольчою продукцією.

Тема 9. Регулювання світової агропродовольчої системи в рамках СОТ.

Тема 10. Регулювання основних аграрних ринків в Україні.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин - 120 год

Кількість кредитів - 4,0

Форма семестрового контролю - залік