

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Метою викладання навчальної дисципліни є надання майбутнім спеціалістам з всіх фахових спрямувань ґрунтовних знань з оволодіння, завдань та функцій маркетингу, розгляд проблем реалізації його основних політик – товарної, цінової, розподілу та стимулювання.

Завданнями вивчення дисципліни є ознайомлення студентів з відповідними поняттями, категоріями, системами та алгоритмами маркетингу; набуття практичних навичок розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій; виховання здатності до творчого пошуку напрямків та резервів удосконалення маркетингової діяльності агропромислового підприємства.

Предметом вивчення дисципліни є: маркетинговий комплекс у взаємодії з внутрішнім і зовнішнім середовищем, що визначає перспективи аграрного підприємства в умовах ринку і стратегії їх досягнення

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Тема 1. Маркетинг аграрного сектора економіки

Тема 2. Ринок як об'єкт агромаркетингу

Тема 3. Управління аграрним маркетингом

Тема 4. Виявлення цільових ринків

Тема 5. Цінова політика підприємств АПК