

АГРАРНИЙ МАРКЕТИНГ

Предмет навчальної дисципліни – агропромисловий комплекс як об'єкт і сфера маркетингу

Мета: дати фахівцям сфери АПК необхідний обсяг знань для успішної маркетингової діяльності, забезпечити вивчення теоретичних основ і практичних аспектів складових маркетингового комплексу, без знання яких неможливо успішно вести справу в умовах сучасного продовольчого ринку.

Завдання: вивчення 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.

Інформаційний обсяг навчальної дисципліни:

Тема 1. Теоретичні засади і практичні аспекти аграрного маркетингу.

Тема 2. Маркетинг сільськогосподарського виробництва.

Тема 3. Маркетингові дослідження ринків і сфер діяльності АПК.

Тема 4. Маркетинг сільськогосподарської продукції.

Тема 5. Ціноутворення на товарних ринках АПК.

Тема 6. Управління каналами розподілу, торговельно-збутова політика підприємств АПК і фермерських господарств.

Тема 7. Маркетинг переробки сировини та виробництва харчової продукції.

Тема 8. Маркетинг матеріально-технічних ресурсів у системі агропостачання.

Тема 9. Маркетингова модель менеджменту АПК.