

МАРКЕТИНГ АГРОПРОМИСЛОВИХ ФОРМУВАНЬ

Мета: надати фахівцям сфери АПК необхідний обсяг знань для успішної маркетингової діяльності, забезпечити вивчення теоретичних основ і практичних аспектів складових маркетингового комплексу, без знання яких сучасним агропромисловим формуванням неможливо успішно вести справу в умовах сучасного бізнес-середовища.

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 в агропромислових формуваннях.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є агропромисловий комплекс як об'єкт і сфера маркетингу.

Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Тема 1. Суть маркетингу, його основні види і особливості застосування у формуваннях АПК

Тема 2. Організація маркетингової діяльності в агропромислових формуваннях

Тема 3. Маркетингове середовище функціонування агропромислових формувань

Тема 4. Процес маркетингового дослідження і оцінка ринкових можливостей аграрного підприємства

Тема 5. Товар агропромислового виробництва, стадії його життєвого циклу і конкурентоздатність

Тема 6. Сегментація ринку товарів агропромислового виробництва

Тема 7. Товарорух і просування товарів агропромислового виробництва

Тема 8. Поведінка покупців на агропромисловому ринку

Тема 9. Види цін і державна політика їх регулювання в умовах агропромислового ринку

Тема 10. Процес ціноутворення в агропромислових формуваннях

Тема 11. Організація аграрного ринку

Тема 12. Розвиток ринків найважливіших видів агропромислової продукції