



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

## Інформаційний обсяг навчальної дисципліни:

1. Суть маркетингу, його основні види і особливості застосування у формуваннях АПК
2. Організація маркетингової діяльності в агропромислових формуваннях
3. Маркетингове середовище функціонування агропромислових формувань
4. Процес маркетингового дослідження і оцінка ринкових можливостей аграрного підприємства
5. Товар агропромислового виробництва, стадії його життєвого циклу і конкурентоздатність
6. Сегментація ринку товарів агропромислового виробництва
7. Товарорух і просування товарів агропромислового виробництва
8. Поведінка покупців на агропромисловому ринку
9. Види цін і державна політика їх регулювання в умовах агропромислового ринку
10. Процес ціноутворення в агропромислових формуваннях
11. Організація аграрного ринку
12. Розвиток ринків найважливіших видів агропромислової продукції



## Згідно з вимогами освітньо-професійної програми у здобувачів вищої освіти мають бути сформовані наступні компетентності:

### *загальні:*

- Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї.
- Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей рухатися до мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.
- Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.
- Здатність до проведення досліджень, пошуку, обробки та аналізу інформації.
- Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички. Здатність логічно і послідовно передавати отримані базові знання предметної області.
- Здатність сприймати нову інформацію й інтерпретувати її в контексті вже засвоєної інформації.

### *фахові:*

- Здатність демонструвати розуміння сутності, історії розвитку та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
- Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
- Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- Демонструвати розуміння особливостей та уміння проведення досліджень, пов'язаних зі специфікою предметної області маркетингу.
- Здатність оцінювати вплив маркетингових зусиль на результати господарської діяльності суб'єктів ринку.
- Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
- Здатність провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.
- Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
- Здатність управляти маркетинговими підрозділами суб'єкта господарювання.
- Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій маркетингу.
- Здатність стратегічно мислити, обґрунтовувати напрями розвитку маркетингової діяльності підприємства.
- Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в маркетингу.

## Програмні результати навчання:

- Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій.
  - Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності.
  - Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності.
  - Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю.
  - Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства.
  - Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок.
  - Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень.
  - Застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.
- Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.