

Аграрний маркетинг

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: 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.

Основні завдання навчальної дисципліни: 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.

Компетентності:

загальні:

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

фахові (спеціальні):

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

СК15. Здатність застосовувати основи обліку та фінансів, оцінювання результатів діяльності у сфері підприємництва.

Програмні результати навчання:

Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Програма 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. Торговельно-збутова діяльність 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

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 120 год

Кількість кредитів 4,0

Форма семестрового контролю екзамен