

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА МАРКЕТИНГ АГРОПРОМИСЛОВИХ ФОРМУВАНЬ

Цикл: професійної підготовки за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Статус: вибірковий освітній компонент

Курс 4, 7 семестр.

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг агропромислових формувань» є 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.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів **фахових компетентностей**, передбачених відповідною освітньо-професійною програмою:

- здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу;
- здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі;
- здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі;
- здатність проводити дослідження поведінки споживачів та аналіз конкурентів; формувати та обґрунтовувати стратегії розвитку товарної, цінової та комунікаційної політики, використовуючи сучасні прийоми та методи аналізу ринкового середовища.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання**, передбачених освітньо-професійною програмою:

- аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;
- визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності;
- демонструвати знання і вміння з основ маркетингового планування в аграрних підприємствах; оцінювати ринкову інфраструктуру та результати підприємницької діяльності
- вибудовувати оптимальні рішення, щодо системи ціноутворення на сільськогосподарському підприємстві; формувати товарний асортимент підприємства та визначати його ефективність.

ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

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. Процес ціноутворення в агропромислових формуваннях.

Тема 10. Розвиток ринків найважливіших видів агропромислової продукції.

Викладацький склад:

Лектор: д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики Устік Т.В.

Викладач практичних занять: д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики Устік Т.В.

Тривалість: 5 кредитів ECTS, 15 тижнів, 4 години на тиждень.

Оцінювання: поточне оцінювання – 2 модульні контролі, підсумковий контроль – залік.