

## АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА МАРКЕТИНГ АГРОПРОМИСЛОВИХ ФОРМУВАНЬ

Цикл: професійної підготовки за ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
Статус: вибірковий освітній компонент  
Курс 4, 7 семестр.

**Метою** викладання освітнього компонента «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. Сегментація ринку товарів агропромислового виробництва.

Тема 5. Товарорух і просування товарів агропромислового виробництва.

Тема 6. Процес ціноутворення в агропромислових формуваннях.

Тема 7. Розвиток ринків найважливіших видів агропромислової продукції.

#### Викладацький склад:

**Лектор:** д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики Макаренко Н.О

**Викладач практичних занять:** д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики Макаренко Н.О.

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

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