

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВА

Кафедра менеджменту та інформаційних технологій

Факультет економічний

<i>Семестр</i>	8
<i>Освітній ступінь</i>	бакалавр
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3
<i>Форма контролю</i>	Залік

Загальний опис дисципліни

З розвитком ринкових відносин в Україні все більше суб'єктів сільськогосподарського виробництва стають учасниками аграрних ринків та намагаються ефективно реалізувати вироблену продукцію на них. Для них актуальною постає проблема вигідної реалізації продукції, що в сучасних ринкових умовах неможливо без знання та застосування заходів маркетингової концепції підготовки і просування продукції на ринки. Не дивлячись на те, що концепція маркетингу більше століття активно застосовуються на товарних ринках виробниками промислової продукції та торгівлею в аграрній сфері України її використання не набуло усталеної практики.

Метою дисципліни «Маркетингова діяльність аграрних підприємств» є формування у студентів системи знань і розуміння концептуальних основ маркетингу як інструмента ринкової економіки, теорії і практики розвитку маркетингової діяльності в аграрних підприємствах та набуття вмінь і навичок для маркетингової активності аграрних підприємств з метою ефективного просування виробленої продукції на ринки.

Завдання вивчення дисципліни Основними завданнями вивчення дисципліни «Маркетингова діяльність аграрних підприємств» є набуття теоретичних знань та практичних навичок з маркетингу стосовно різних видів аграрної продукції, організації діяльності сільськогосподарських підприємств з огляду на використання концепції маркетингу; опанування практичними методами та прийомами поліпшення просування продукції та збільшення обсягів реалізації. В результаті вивчення дисципліни здобувач вищої освіти повинен **знати**: основні поняття маркетингу та визначення; концептуальні основи та сфери використання маркетингу в аграрних підприємствах; особливості маркетингової практики на ринках різних видів сільськогосподарської продукції; особливості функціонування ринків сировини, готової продукції та окремих ринків; стан ринків аграрної продукції протягом маркетингового року та фактори впливу; особливості ціноутворення на ринках аграрної продукції. **вміти** володіти: методами і сучасними практиками просування аграрної продукції на ринках; навичками обґрунтування цін на різні види та класи, сорти продукції; з прийомами визначення витрат на маркетингові заходи; основами комплексної оцінки ефективності комплексу маркетингу;

Компетентності

ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у

сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук.

ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ФК 16. Здатність визначати та описувати характеристики організації.

ФК 19. Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними.

ФК27. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

Програмні результати навчання

ПРН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

ПРН 7. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

ПРН 8. Здатність до адаптації та дії в нових ситуаціях.

Зміст за темами:

1. Теоретичні засади аграрного маркетингу.
2. Аграрні ринки, їх особливості та маркетингові аспекти дослідження.
3. Особливості маркетингу сільськогосподарської продукції.
4. Ціноутворення на товарних ринках аграрної продукції.
5. Торговельно-збутова діяльність аграрних підприємств.
6. Торговельно-збутова діяльність підприємств АПК.
7. Особливості маркетингу переробних підприємств та підприємств з виробництва харчової продукції.
8. Маркетинг для підприємств матеріально-технічного постачання.
9. Міжнародні аспекти аграрного маркетингу в умовах глобалізації.
10. Ефективність аграрного маркетингу.