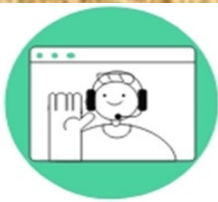




МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ



*Ведучий лектор:
доц., Боліла С.Ю.*

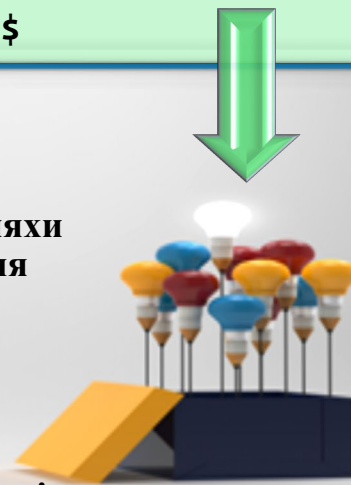


**Директор з маркетингу аграрного підприємства
начальник відділу збуту, спеціаліст з продажів,
маркетолог-аналітик, продакт-менеджер,
бренд-менеджер, PR-менеджер аграрного підприємства**

Чому навчить курс

Рівень заробітної плати на ринку праці 600 – 1800 \$

Здійснює аналіз маркетингових умов функціонування аграрного підприємства, визначає шляхи його розвитку та досягнення конкурентних переваг на продовольчому ринку за рахунок використання оптимального комплексу маркетингу на основі врахування споживчих запитів



Визначати цілі та завдання маркетингової діяльності аграрного підприємства на основі аналізу галузі та системи запитів та побажань споживача

Професійно здійснювати інформаційне забезпечення маркетингу аграрного підприємства та здійснювати аналіз отриманих результатів маркетингових досліджень

Аналізувати фактори бізнес-середовища аграрного підприємства, визначати сильні та слабкі сторони його діяльності, можливості та загрози

Розробляти та оптимізувати комплекс маркетингу аграрного підприємства на підставі результатів маркетингового дослідження аграрного ринку

Розробляти стратегію та тактику поведінки аграрного підприємства в умовах конкурентного середовища

Обирати ефективні маркетингові інструменти для зміцнення конкурентних переваг аграрного підприємства та збільшення його присутності на ринку



“Агромаркетинг включає маркетингові операції від виробника сільськогосподарської продукції до споживача кінцевого продукту за участю посередників”

Мета : формування у здобувачів вищої освіти сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу сільського господарства, набуття теоретичних і практичних навичок щодо просування сільськогосподарської продукції на ринок з урахуванням необхідності задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності аграрного підприємства



Предметом курсу є: теоретичні положення в галузі, які стосуються аграрного маркетингу у будь-якій сфері діяльності (виробництво, менеджмент та ін.), прикладні аспекти аграрного маркетингу та досвід конкретних організацій, розробка системи маркетингу та конкретних економічних, виробничих, технологічних, соціальних та інших умов.

Завдання вивчення дисципліни: в дисципліні основна увага приділяється освоєнню знань щодо маркетингової діяльності аграрних підприємств та набуття навичок роботи щодо її здійснення



В результаті вивчення дисципліни здобувач вищої освіти повинен

знати: сутність основних понять, категорій та підходів до системи управління агромаркетингом; поняття аграрного ринку та механізм його функціонування; основні напрями комплексного вивчення ринку сільськогосподарської продукції; основи проведення маркетингових досліджень та інформаційного забезпечення аграрного ринку; елементи комплексу аграрного маркетингу, їх характеристики, особливості застосування в практичній діяльності аграрних підприємств; підходи до формування попиту і пропозиції сільськогосподарської продукції; способи управління маркетингом на аграрних підприємствах; систему показників визначення результативності та ефективності агромаркетингової діяльності

уміти: організовувати маркетингову діяльність сільськогосподарського підприємства; розробляти заходи та здійснювати маркетингове дослідження ринку сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки; здійснювати аналіз планування маркетингової діяльності сільськогосподарського підприємства; розробляти організаційно-економічні підходи щодо створення системи ціноутворення на сільськогосподарському підприємстві; розраховувати ціну на продукцію сільськогосподарських підприємств та економічну ефективність каналів і розподілу; формувати товарний асортимент аграрного підприємства та визначати його ефективність; організовувати діяльність маркетингової служби сільськогосподарського підприємства, формувати її завдання та функції, розраховувати ефективність функціонування



Зміст навчальної дисципліни



Тема 1. Основні аспекти маркетингу та його особливості в сільському господарстві

Тема 2. Управління маркетингом та його організація в сільському господарстві

Тема 3. Аграрний ринок та механізм його функціонування

Тема 4. Комплексне вивчення ринку сільськогосподарської продукції

Тема 5. Маркетингові дослідження та інформаційне забезпечення аграрного ринку

Тема 6. Продукція агропромислового виробництва як елемент аграрного маркетингу

Тема 7. Маркетингова цінова політика в системі аграрного сектору.

Тема 8. Методи поширення сільськогосподарської продукції

Тема 9. Просування продукції аграрних виробників

Тема 10. Планування та контроль маркетингової діяльності аграрних підприємств

