

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ В АГРОБІЗНЕСІ

Кафедра менеджменту
Факультет менеджменту

Мета курсу (інтегральна компетентність) – вивчення та оволодіння студентами теоретичними знаннями та практичними навиками щодо застосування, використання інструментарію аграрного маркетингу; організації, планування, здійснення, управління агромаркетинговою діяльністю підприємств АПК з метою ефективного їх функціонування на ринках сільськогосподарської продукції та продовольства в Україні та світі, а також подальшого розвитку.

Завданням вивчення дисципліни «Управління маркетингом в аграрному бізнесі» є отримання студентами знань в сфері аграрного маркетингу; маркетингових досліджень ринків сільськогосподарської продукції та продовольства; прогнозування кон'юнктури ринку; управління асортиментом продукції підприємств АПК та їх якістю; ціноутворення; системи розподілення та збуту сільськогосподарської та продовольчої продукції; просування продуктів харчування на внутрішньому та зарубіжному ринках; а також отримання знань в галузі планування аграрного маркетингу, управління та контролю агромаркетингової діяльності.

Цілі курсу (фахові компетентності):

- здатність застосовувати знання теорії і практики менеджменту для вирішення типових спеціалізованих задач у професійній діяльності;
- здатність збирати, обробляти та аналізувати інформацію про внутрішнє та зовнішнє середовище, оцінювати його вплив на результати діяльності організації;
- здатність планувати, організувати, мотивувати, контролювати та оцінювати власну роботу та роботу інших працівників;
- здатність працювати у команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію;
- здатність проводити типові економічні розрахунки;
- здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

Програмними результатами вивчення дисципліни «Управління маркетингом в агробізнесі» є:

- вміти застосовувати знання щодо забезпечення ефективності діяльності підприємств аграрної сфери чи їх структурних підрозділів;
- володіти навичками аналізу впливу конкурентного середовища на діяльність підприємств аграрної сфери та вміти налагоджувати ефективні комунікації між функціональними складовими організації.

Короткий зміст курсу:

Вступ до управління маркетингом в агробізнесі. Система маркетингових досліджень в агробізнесі. Зміст та методи вивчення і аналізу ринкової ситуації. Продукція АПВ як елемент аграрного маркетингу. Зберігання, переробка та

система збуту продукції агропромислового виробництва. Маркетингові комунікації на ринку агропродовольчої продукції. Маркетингове планування на підприємствах АПК. Організація та управління аграрним маркетингом. Контроль та аналіз агромаркетингової діяльності.