

Анотація дисципліни
«МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В АГРАРНІЙ СФЕРІ»

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі
Факультет аграрного менеджменту

<i>Лектор</i>	Д.е.н., професор Буряк Р.І.
<i>Семестр</i>	3
<i>Освітній ступінь</i>	Доктор філософії
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	5
<i>Форма контролю</i>	Екзамен
<i>Аудиторні години</i>	50 (20 год лекцій, 30 год практичних)

Загальний опис дисципліни

Метою дисципліни є формування сучасного розуміння можливостей управління маркетингом для досягнення переходу до нового рівня і форм споживання шляхом ситуаційного аналізу ринку, прогнозування еволюції потреб споживачів та стратегічного планування стимуляції руху товарів і послуг, організації продажу, що забезпечує зростання стійкості підприємницької діяльності в умовах вітчизняного ринку.

Завдання дисципліни – здобуття переконливої освіченості у фундаментальних можливостях маркетингового менеджменту для забезпечення та розширення активності підприємницької діяльності та розширення активності підприємницької діяльності у конкретних організаціях і умовах.

У результаті вивчення навчальної дисципліни аспірант повинен

знати:

- переваги та ринкові цінності маркетингового менеджменту;
- можливості та межі застосування ресурсів управління маркетингом.

вміти:

- організовувати та впровадити ситуаційний аналіз ринку;
 - застосувати у практичній діяльності методи управління маркетингом шляхом створення маркетингових стратегій і програм;
 - використовувати сегментацію ринку товарів і послуг;
 - застосовувати сучасні теорії мотивації до стимулювання попиту та активізації попиту споживачів;
- досягнути успіху, та протистояти конкурентному середовищу засобами маркетингового менеджменту

Темати лекцій

1. Розуміння маркетингового менеджменту
2. Процес маркетингового менеджменту
3. Організація маркетингового менеджменту
4. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві
5. Сутність і система маркетингового планування
6. Стратегії маркетингу
7. Маркетингове стратегічне планування
8. Розробка маркетингових програм
9. Тактичне та оперативне планування маркетингу
10. Контроль маркетингової діяльності підприємства

Теми практичних занять

1. Розуміння маркетингового менеджменту
2. Процес маркетингового менеджменту
3. Організація маркетингового менеджменту
4. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві
5. Сутність і система маркетингового планування
6. Стратегії маркетингу
7. Маркетингове стратегічне планування
8. Розробка маркетингових програм
9. Тактичне та оперативне планування маркетингу
10. Контроль маркетингової діяльності підприємства