

Маркетингова діяльність

Циклова комісія, яка забезпечує викладання Обліково-економічних дисциплін

Відділення економічне

Лектор Папуша Ксенія Федорівна

Семестр

3-й

Освітньо-професійний ступінь

Фаховий молодший бакалавр

Кількість кредитів ЄКТС

1

Форма контролю

Диференційований залік

Аудиторні години

30год.

(з них 20год. лекцій, 10 год. практичних),

Залік

Загальний опис дисципліни

Дисципліна «Маркетингова діяльність» є складовою професійної підготовки студентів спеціальності 181 «Харчові технології» освітньо-професійної програми «Виробництво харчової продукції». Вивчення дисципліни спрямоване на формування у майбутніх фахівців сучасного маркетингового мислення, розуміння принципів функціонування ринку харчової продукції та набуття практичних навичок організації маркетингової діяльності підприємств харчової промисловості.

У процесі вивчення дисципліни студенти ознайомлюються із сутністю, принципами, функціями та основними концепціями маркетингу, маркетинговим середовищем підприємства, методами проведення маркетингових досліджень і аналізу ринку. Особлива увага приділяється вивченню потреб та поведінки споживачів, сегментації ринку, визначенню цільової аудиторії, оцінюванню попиту на харчову продукцію та аналізу конкурентного середовища.

Дисципліна передбачає вивчення основних складових комплексу маркетингу: товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики підприємства. Розглядаються питання формування асортименту харчової продукції, забезпечення її якості та конкурентоспроможності, встановлення цін, організації каналів збуту, вибору способів просування продукції та взаємодії підприємства зі споживачами.

Значна увага приділяється особливостям маркетингової діяльності підприємств, що виробляють хлібобулочні, борошняні, кондитерські, молочні, м'ясні, плодоовочеві та інші види харчової продукції. Вивчаються питання формування споживчих властивостей продукції, упаковки, маркування, бренду, позиціонування товарів на ринку та підвищення їх конкурентоспроможності.

Важливою складовою дисципліни є ознайомлення із сучасними маркетинговими комунікаціями, рекламою, стимулюванням збуту, зв'язками з громадськістю, прямим маркетингом та цифровими інструментами просування харчової продукції. Студенти отримують уявлення про використання соціальних мереж, інтернет-реклами та інших сучасних засобів

комунікації для формування позитивного іміджу підприємства і просування його продукції.

Метою дисципліни є формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок щодо організації та здійснення маркетингової діяльності підприємств харчової промисловості, дослідження ринку, визначення потреб споживачів, формування товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики, а також прийняття обґрунтованих маркетингових рішень з урахуванням сучасних умов розвитку ринку харчової продукції.

Основними питаннями дисципліни є сутність і функції маркетингу, маркетингове середовище підприємства, маркетингові дослідження, сегментація ринку, поведінка споживачів, товарна політика, формування асортименту харчової продукції, ціноутворення, організація збуту, маркетингові комунікації, реклама, брендинг, цифровий маркетинг, конкурентоспроможність продукції, маркетингова стратегія та оцінювання ефективності маркетингової діяльності.

Вивчення дисципліни «Маркетингова діяльність» сприяє формуванню у майбутніх фахівців здатності аналізувати ринкові процеси, визначати потреби споживачів, оцінювати конкурентні позиції підприємства, обґрунтовувати маркетингові рішення та застосовувати сучасні маркетингові інструменти у професійній діяльності. Набуті знання і навички можуть бути використані для підвищення конкурентоспроможності підприємств та ефективного просування харчової продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках.