

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 важливою складовою професійної підготовки студентів спеціальності 181 «Харчові технології» освітньо-професійної програми «Зберігання та переробка зерна». Вивчення дисципліни спрямоване на формування у студентів сучасного маркетингового мислення, розуміння закономірностей функціонування ринку та набуття практичних навичок організації маркетингової діяльності підприємств харчової та зернопереробної промисловості.

У процесі вивчення дисципліни студенти ознайомлюються із сутністю, принципами та функціями маркетингу, особливостями маркетингового середовища підприємства, методами проведення маркетингових досліджень та аналізу ринку. Особлива увага приділяється дослідженню ринку зерна і продуктів його переробки, визначенню потреб та поведінки споживачів, сегментації ринку, оцінюванню конкурентоспроможності продукції та підприємства.

Дисципліна охоплює питання формування товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики підприємства. Розглядаються особливості формування асортименту та якості продукції, встановлення цін, вибору каналів збуту, організації рекламної діяльності та просування продукції на ринку. Студенти набувають навичок розроблення маркетингових заходів для підприємств, які займаються прийманням, зберіганням, доробкою та переробкою зерна, виробництвом борошна, круп, комбікормів та іншої продукції.

Важливе місце у дисципліні займає вивчення сучасних інструментів маркетингу, зокрема цифрового маркетингу, інтернет-реклами, соціальних мереж, брендингу та маркетингових комунікацій. Розглядаються питання планування маркетингової діяльності, формування маркетингової стратегії та оцінювання економічної ефективності маркетингових заходів.

Метою дисципліни є формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок щодо організації та здійснення маркетингової діяльності підприємств харчової і зернопереробної промисловості, умінь досліджувати ринок, визначати потреби споживачів, оцінювати конкурентне середовище,

формувати маркетингову політику та приймати обґрунтовані рішення щодо виробництва, ціноутворення, збуту і просування продукції.

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

Вивчення дисципліни сприяє формуванню у майбутніх фахівців здатності застосовувати маркетингові знання у професійній діяльності, аналізувати ринкову ситуацію, обґрунтовувати управлінські рішення та визначати напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств зі зберігання та переробки зерна.