



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### МАРКЕТИНГ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітньо-професійна програма: Маркетинг; Реклама та зв'язки з громадськістю; Digital маркетинг

Викладач: Голодонюк Ольга Михайлівна, старший викладач кафедри кафедри Маркетингу, підприємництва і торгівлі

Кафедра: Маркетингу, підприємництва і торгівлі,

Профайл викладача: Контактна інформація:

т. (048) 712-41-03

olgagolodonuk@gmail.com,

### 1. Загальна інформація

Тип дисципліни - вибіркова

Мова викладання - українська

Навчальна дисципліна викладається на 3 курсі у 6 семестрі

Кількість кредитів - 4, годин - 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	лабораторні
денна	40	20	20
заочна	16	8	8
Самостійна робота, годин	Денна - 80		Заочна - 104

#### Розклад занять

### 2. Анотація навчальної дисципліни

«Маркетинг продовольчих товарів» - це профільна дисципліна Одеської національної академії харчових технологій, яка є конкурентною перевагою серед інших закладів вищої освіти м. Одеси, що надають освітні послуги в сфері маркетингу. Вона розглядає закони, які діють саме на ринку продовольчих товарів і маркетингову діяльність підприємств, що виробляють і просувають до кінцевого споживача продовольчі товари, які є результатом використання харчових технологій.

Дисципліна «Маркетинг продовольчих товарів» є узагальненням наявного досвіду, практики наукової діяльності з вивчення особливостей продовольчого ринку, його інформаційного забезпечення, характеру поведінки споживачів, сутності управління маркетингом, удосконалення товарної пропозиції, каналів розподілу, формування цін та організації маркетингових комунікацій, що сприяє формуванню у майбутніх фахівців ідеології сучасного бізнесу.

### 3. Мета навчальної дисципліни

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Маркетинг продовольчих товарів» є формування у студентів цілісної системи знань і умінь у системному дослідженні та освоєнні методів організації і управління маркетингом на підприємствах, які пов'язані з виробництвом та продажем продуктів харчування.

В результаті вивчення курсу « Маркетинг продовольчих товарів» студенти повинні

**знати:**

- роль і значення маркетингу на ринку продовольчих товарів;
- особливості розробки комплексу маркетингу продуктів харчування;
- перспективи розвитку теорії і практики маркетингу.

