

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
Кафедра ветеринарної епідеміології та охорони здоров'я тварин

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Факультет ветеринарної медицини
“04” червня 2025 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У ВЕТЕРИНАРНІЙ МЕДИЦИНІ

Галузь знань 21 Ветеринарна медицина

Спеціальність 211 – “Ветеринарна медицина”

Освітня програма «Ветеринарна медицина»

Факультет (ННІ) ветеринарної медицини

Розробники: Шевчук В.М., доцент кафедри ветеринарної епідеміології та охорони здоров'я тварин, к.вет.н., доцент

(посада, науковий ступінь, вчене звання)

Опис навчальної дисципліни Менеджмент та маркетинг у ветеринарній медицині є вибіркоvim компонентом освітньої програми «Ветеринарна медицина» і дає основи управління підприємствами з конструювання, виробництва, реалізації і використання ветеринарних препаратів відповідно до вимог міжнародних стандартів та національного законодавства. Навчає практики управляти людськими і матеріальними ресурсами, а також епізоотичним, інфекційним та патологічними процесами в умовах відносно-стабільного ветеринарного благополуччя та при виникненні екстремальних епізоотичних ситуацій. Дає змогу освоїти основи інформаційної та комунікаційної діяльності та зв'язків з громадськістю в системі діяльності підприємств ветеринарної галузі.

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	Магістр	
Спеціальність	211 Ветеринарна медицина	
Освітня програма	Ветеринарна медицина	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	вибіркова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	залік	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм здобуття вищої освіти		
	Форма здобуття вищої освіти	
	денна	заочна
Курс (рік підготовки)	3	
Семестр	6	
Лекційні заняття	15 год.	год.
Практичні, семінарські заняття	15 год.	год.
Лабораторні заняття	- год.	год.
Самостійна робота	120 год.	год.
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми здобуття вищої освіти	2 год.	

1. Мета, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Мета: забезпечення освоєння студентами методології і методик оцінки форм прояву об'єктивних економічних законів ринку в конкретній епізоотичній ситуації та в конкретних умовах виробництва, використання ветеринарних товарів, надання платних фахових послуг, а також використання отриманих даних в діяльності менеджера ветеринарної установи

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК): здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі ветеринарної медицини, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог

загальні компетентності (ЗК):

ЗК 3. Знання та розуміння предметної галузі та професії;

ЗК 7. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

[illegible]

Тема 2. Ринок ветеринарних товарів та послуг. Сегментація ринку та позиціонування товарів ветеринарного призначення.	12	12			2		10						
Тема 3_Маркетингова комунікаційна політика в підприємницьких структурах ветеринарної медицини	13	4	2										
	14	12			2		20						
Тема 4. Психологія продажу ветеринарних товарів медицині	15	22	1		1		20						
Разом за модулем 2			7		7		60						
Усього годин			15		15		120						
Курсовий проект (робота) з _____ — (якщо є в навчальному плані)													
Усього годин			15		15		120						

3. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Менеджмент: предмет і завдання.	2
2	Функції та методи ветеринарного менеджменту	2
3	Кадрова політика в організаціях ветмедицини.	2
4	Управління біологічними та епізоотичним процесами.	2
5	Суть і зміст маркетингу у ветеринарній медицині	2
6	Ринок ветеринарних товарів та послуг. Сегментація ринку та позиціонування товарів ветеринарного призначення.	2
7	Маркетингова комунікаційна політика в підприємницьких структурах ветеринарної медицини	2
8	Психологія продажу ветеринарних товарів	1

4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Застосування методів менеджменту в практиці управління організаціями ветеринарної медицини.	2
2	Принципи управління персоналом.	2
3	Мотивація праці лікарів та обслуговуючого персоналу у ветеринарних організаціях.	2
4	Роль інформації та комунікацій в професійній діяльності фахівця ветеринарної медицини.	2
5	Маркетингові методи дослідження ринку.	2
6	Просування ветеринарних товарів та послуг на ринку.	2
7	Мерчандайзинг у ветеринарних аптеках і зоомагазинах.	2

8	Організація та контроль маркетингової діяльності. SWOT-аналіз.	1
---	--	---

5. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Організація роботи клініки ветеринарної медицини.	4
2	Організація роботи зоомагазину.	4
3	Організація роботи ветеринарної аптеки.	4
4	Організація роботи ветеринарного пункту.	4
5	Організація роботи ветеринарної амбулаторії.	4
6	Основні етапи розвитку менеджменту, як наукової дисципліни: управління людьми в процесі виробництва.	4
7	Рекрутинг у сфері ветеринарної медицини.	4
8	Особливості підготовки резюме при працевлаштуванні у ветеринарну клініку.	4
9	Як підготуватись до співбесіди при працевлаштуванні у ветеринарну клініку?	4
10	Мотивація працівників у організаціях ветеринарної медицини.	4
11	Оплата праці лікаря ветеринарної медицини.	4
12	Управління епізоотичним процесом.	4
13	Основні поняття маркетингу та їх взаємозв'язок.	2
14	Основні принципи, які визначають сутність маркетингу.	2
15	Маркетингові дослідження: основні напрямки; кон'юнктура ринку.	4
16	Етапи та методи маркетингового дослідження.	4
17	Сегментування ринку ветеринарних товарів і послуг.	4
18	Позиціювання ветеринарних товарів і послуг.	4
19	Оригінальні та генеричні лікарські препарати.	4
20	Основні етапи розробки нового лікарського засобу..	4
21	Життєвий цикл ветеринарного препарату.	4
22	Основні елементи комплексу просування товарів та послуг на ринок.	4
23	Директ–маркетинг як різновид маркетингової комунікації.	4
24	Рекламне звернення і його структура.	4
25	Основні принципи створення реклами на телебаченні.	4
26	Мережевий маркетинг.	4
27	Мерчандайзинг у ветеринарних аптеках і зоомагазинах.	4
28	Бренд і брендинг.	4
29	SWOT- аналіз.	4
30	Нейромаркетинг.	2
31	Бенчмаркінг.	4
32	Види реклами і приклади застосування її у галузі ветеринарній медицині.	2

6. Методи та засоби діагностики результатів навчання:

– тестування;

- захист самостійних робіт.

7. Методи навчання:

- практико-орієнтоване навчання;
- навчальні дискусії та дебати.

8. Оцінювання результатів навчання.

Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національну оцінку згідно чинного «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України»

8.1. Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Результати навчання	Оцінювання
Модуль 1. Менеджмент у ветеринарній медицині		
Тема 1. Менеджмент: предмет і завдання		
Практична робота 1.	Розуміти сутність та значення менеджменту в сучасних умовах розвитку суспільства. Знати принципи менеджменту. Знати особливості діяльності менеджера та підприємця	10
Самостійна робота 1.	Знати основні етапи розвитку менеджменту, як наукової дисципліни: управління людьми в процесі виробництва.	5
Тема 2. Функції та методи ветеринарного менеджменту		
Практична робота 2.	Навчитися використовувати методи менеджменту в практиці управління організаціями ветеринарної медицини	10
Самостійна робота 2.	Знати основи організації підприємств в галузі ветеринарної медицини	5
Тема 3. Кадрова політика в організаціях ветмедицини		
Практична робота 3.	Знати принципи управління та мотивації праці лікарів та обслуговуючого персоналу у ветеринарних організаціях.	10
Самостійна робота 3.	Вміти підготувати резюме та пройти співбесіду при працевлаштуванні у ветеринарні організації.	10
Тема 4. Управління біологічними та епізоотичним процесами		
Практична робота 4.	Вміти збирати, аналізувати та використовувати інформацію та здійснювати комунікацій в управлінні епізоотичним та біологічними процесами	10
Самостійна робота 4.	Розуміти основні принципи управління епізоотичним процесом	10
Модульна контрольна робота 1.		30
Всього за модулем 1		100
Модуль 2. Маркетинг у ветеринарній медицині		
Тема 1. Суть і зміст маркетингу у ветеринарній медицині		
Практична робота 1.	Знати маркетингові методи дослідження ринку	10
Самостійна робота 1.	Знати основні поняття та принципи, які визначають сутність маркетингу	5
Тема 2. Ринок ветеринарних товарів та послуг.		

Сегментація ринку та позиціонування товарів ветеринарного призначення		
Практична робота 2.	Знати способи та методи просування ветеринарних товарів та послуг на ринку	10
Самостійна робота 2.	Маркетингові дослідження: основні напрямки етапи та методи; кон'юнктура ринку,	5
Тема 3. Маркетингова комунікаційна політика в підприємницьких структурах ветеринарної медицини		
Практична робота 3.	Знати особливості мерчандайзингу у ветеринарних аптеках і зоомагазинах	10
Самостійна робота 3.	Знати основні елементи комплексу просування товарів та послуг на ринок. Знати види реклами і приклади застосування її у галузі ветеринарній медицині	10
Тема 4. Психологія продажу ветеринарних товарів		
Практична робота 4.	Вміти здійснювати організацію та контроль маркетингової діяльності. Проводити SWOT-аналіз ветеринарних організацій.	10
Самостійна робота 4.	Знати особливості застосування нейромаркетингу і бенчмаркінгу	10
Модульна контрольна робота 2.		30
Всього за модулем 2		100
Навчальна робота	$(M1 + M2)/2 \cdot 0,7 \leq 70$	
Залік	30	
Всього за курс	$(\text{Навчальна робота} + \text{залік}) \leq 100$	

8.2. Шкала оцінювання знань здобувача вищої освіти

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка за національною системою (екзамени/заліки)
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

8.3. Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, надають право викладачу знизити оцінку. Перескладання модульної контрольної роботи відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний)
Політика щодо академічної доброчесності	Списування під час модульних контрольних робіт та заліків заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів та додаткової літератури).
Політика щодо відвідування	Відвідування лекційних та лабораторних занять є обов'язковим для всіх студентів групи. Запізнення на заняття не допускаються. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись згідно з індивідуальним навчальним планом, затвердженим у визначеному порядку. Пропущені лекції, після їх опрацювання здобувачем вищої освіти, відпрацьовуються у вигляді співбесіди з викладачем. Пропущені лабораторні заняття відпрацьовуються студентами в лабораторії кафедри згідно затвердженого графіку, а інформація про відпрацювання вноситься до кафедрального журналу відпрацювання пропущених занять.

9. Навчально-методичне забезпечення:

- електронний навчальний курс навчальної дисципліни (на навчальному порталі НУБіП України eLearn - <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2915>);
- конспекти лекцій та їх презентації (в електронному вигляді);
- підручники, навчальні посібники, практикуми;
- методичні матеріали щодо вивчення навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти денної форми здобуття вищої освіти.

10. Рекомендовані джерела інформації

1. ... FAO: <http://www.fao.org>.
2. Верховна Рада України: <http://rada.gov.ua/>
3. Менеджмент організації. Теорія та практика : Навч. посіб. / Г.Є. Мошек, В.Л. Федоренко, А.С. Соломко; за заг. редакцією Мошека Г.Є. – Київ: Видавництво Ліра-К, 2020. – 420 с.
4. Менеджмент та маркетинг в охороні здоров'я : навчальний посібник / В. І. Борщ, О. В. Рудінська, Н. Л. Кусик. – Одеса : Олді+, 2022. – 264 с
5. Всесвітня організація охорони здоров'я тварин (МЕБ): <http://www.oie.int/>
6. Менеджмент та маркетинг у фармації: навчально-методичний посібник / уклад. О.Г. Чирва, О. В. Гарматюк; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини – Умань : Візаві, 2018. – 217 с
7. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту прав споживачів: <http://www.consumer.gov.ua/>
8. Національна бібліотека ім. В.І.Вернадського: <http://www.nbuv.gov.ua>.