

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



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан факультету ветеринарної медицини

Микола ЦВІЛІХОВСЬКИЙ

28 " 05 2024 р.

«СХВАЛЕНО»

на засіданні кафедри ветеринарної  
епідеміології та охорони здоров'я тварин  
Протокол № 5 від « 15 » 05 2024 р.

Завідувач кафедри ветеринарної  
епідеміології та охорони здоров'я тварин  
Володимир МЕЛЬНИК

«РОЗГЛЯНУТО»

Гарант ОП «Ветеринарна медицина»  
д.вет.н., завідувач кафедри внутрішніх  
хвороб тварин

Наталія ГРУШАНСЬКА

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У ВЕТЕРИНАРНІЙ МЕДИЦИНІ

спеціальність 211 – “Ветеринарна медицина”

освітня програма «Ветеринарна медицина»

факультет ветеринарної медицини

#### Розробники:

Шевчук В.М., доцент кафедри епізоотології, мікробіології і вірусології  
к.вет.н., доцент.

Київ – 2024

## Опис навчальної дисципліни

### Менеджмент та маркетинг у ветеринарній медицині

<b>Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітній рівень</b>	
Освітній ступінь	<i>Магістр</i>
Спеціальність	<i>211 Ветеринарна медицина</i>
Освітня програма	<i>Ветеринарна медицина</i>

### Характеристика навчальної дисципліни

Вид	Вибіркова
	повний термін навчання
Загальна кількість годин	150
Кількість кредитів ECTS	5
Кількість змістових модулів	2
Форма контролю	Залік

### Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання

	денна форма навчання
	повний термін навчання
Курс	3
Семестр	6
Лекційні заняття	<i>15 год.</i>
Практичні заняття	<i>15 год.</i>
Самостійна робота	<i>120 год.</i>
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	<i>2 год.</i>

#### 1. Мета та завдання 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.

Завдання: - освоїти основи вивчення прояву об'єктивних економічних законів ринку ветеринарних товарів та послуг в умовах виробництва і використання ветеринарних товарів та надання платних послуг;  
– сформулювати у студентів нове управлінське мислення з врахуванням сучасного розуміння ринку і конкуренції;

- дати основи знань функцій управління та забезпечення ефективної діяльності організацій.

### **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.
- ЗК 8. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
- ЗК 10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами інших галузей знань/видів економічної діяльності).

фахові (спеціальні) компетентності (ФК):

- ФК 8. Здатність планувати, організовувати та реалізовувати заходи з лікування тварин різних класів і видів, хворих на незаразні, інфекційні та інвазійні хвороби;
- ФК 17. Здатність здійснювати маркетинг і менеджмент ветеринарних засобів і послуг у ветеринарній медицині.

### **Програмні результати навчання(ПРН):**

- ПРН 16. Знати принципи та методи маркетингу і менеджменту ветеринарних засобів і послуг у ветеринарній медицині.

## **2. Програма та структура навчальної дисципліни для:**

- повного терміну денної форми навчання;

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	денна форма (повний термін)													
	тижні	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
<b>Змістовий модуль 1. Менеджмент у ветеринарній медицині</b>														
Тема 1. Менеджмент: предмет і завдання.	1	2	2											
	2	12			2		10							
Тема 2. Функції та методи ветеринарного менеджменту	3	2	2											
	4	12			2		10							
Тема 3. Кадрова політика в організаціях ветмедицини.	5	2	2											
	6	12			2		20							
Тема 4. Управління біологічними та	7	2	2											
	8	12			2		20							

епізоотичним процесами.													
Разом за змістовим модулем 1			8		8		60						
Змістовий модуль 2. Маркетинг у ветеринарній медицині													
Тема 1. Суть і зміст маркетингу у ветеринарній медицині	9	2	2										
	10	12			2		10						
Тема 2. Ринок ветеринарних товарів та послуг. Сегментація ринку та позиціювання товарів ветеринарного призначення.	11	2	2										
	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	15	22	1		1		20						
Разом за змістовим модулем 2			7		7		60						
Усього годин			15		15		120						

### 3. 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
---	--	---

#### 4. 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	Позиціонування 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
----	---	---

### 5. Засоби діагностики результатів навчання:

- залік;
- модульні тести;
- реферати;
- виконання тестів після заняття.

### 6. Методи навчання

- словесний метод;
- практичний метод;
- робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, складання реферату);
- відеометод (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані);
- самостійна робота (виконання завдань).

### 7. Методи оцінювання

- залік;
- усне опитування;
- модульне тестування.

### 8. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти. Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 чинного «Положення про екзамен та заліки у НУБіП України»

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання заліків
	90-100
74-89	
60-73	
0-59	Не зараховано

Для визначення рейтингу здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни  $R_{\text{дис}}$  (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу здобувача вищої освіти з навчальної роботи  $R_{\text{НР}}$  (до 70 балів):  $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{АТ}}$ .

### 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);
- 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. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О.М. Менеджмент в організації: Навч. посіб. для студ. екон. спец. вузів. – К. „КОНДОР” – 2002. – 654 с.
4. Вороненко Ю.В., Литвинова О.Н. Менеджмент та лідерство в медсестринстві. – Тернопіль: Укрмедкнига, 2001. – 368 с.
5. Всесвітня організація охорони здоров'я тварин (МЕБ): <http://www.oie.int/>
6. Громовик Б.П., Гасюк Г.Д., Левицька О.Р. Фармацевтичний маркетинг: теоретичні та прикладні засади. – Вінниця, НОВА КНИГА, 2004. – 466 с.
7. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту прав споживачів: <http://www.consumer.gov.ua/>
8. Колот А.М. Мотивація персоналу: Підручник. – К.: КНЕУ, 2002. – 337 с.
9. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні і прикладні засади менеджменту: навчальний посібник. 2-ге вид. доп. І перероб. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «Інтелект+» Інституту післядипломної освіти), «Інтелект-Захід», 2003. – 352 с.
10. Національна бібліотека ім. В.І.Вернадського: <http://www.nbuv.gov.ua>.
11. Немченко А.С. Фармацевтическое ценообразование. – Харьков: Фирма “Радар”, 1999. – 290 с.
12. Робінс, Стефан П., Де Ченцо, Девід А. Основи менеджменту / Пер. з англ. А. Олійник та ін. – К.: Видавництво Соломії Павличко “Основи”, 2002. – 671 с.