|  |  |
| --- | --- |
| E:\nubip_logo_new_poisk_18_2.png | **СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ**  **«Менеджмент і маркетинг у ветеринарній медицині»** |
| **Ступінь вищої освіти - Бакалавр** |
| **Спеціальність 211 Ветеринарна медицина** |
| **Освітня програма «Ветеринарна медицина»** |
| **Рік навчання 2, семестр 3**  **Форма навчання \_\_\_\_\_\_денна\_\_\_\_\_** |
| **Кількість кредитів ЄКТС\_\_1,5\_\_\_** |
| **Мова викладання** \_\_\_**українська\_**\_ |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |
| **Лектор курсу** | **Шевчук Віктор Миколайович, доцент, кандидат ветеринарних наук** |
| **Контактна інформація лектора (e-mail)** | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **\_\_\_\_\_\_\_**[**shevchuk\_vm@nubip.edu.ua**](mailto:shevchuk_vm@nubip.edu.ua)**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |
| **Сторінка курсу в eLearn** |  |

**ОПИС ДИСЦИПЛІНИ**

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

Після вивчення дисципліни "Менеджмент та маркетинг у ветеринарній медицині" студент отримає основи знань та навичок з управління ветеринарними організаціями, підприємствами, започаткування власної справи, організації маркетингової діяльності, яка спрямована на задоволення потреб ветеринарної медицини і власників тварин у ветеринарних товарах та послугах.

**СТРУКТУРА КУРСУ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Тема** | **Години**  (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські) | **Результати навчання** | **Завдання** | **Оцінювання** |
| **Змістовий модуль 1. Менеджмент і підприємництво у ветеринарній медицині** | | | | | |
| Тема 1. Сутність і функції підприємництва у ветеринарній медицині. Форми та види підприємств | 2/2 | *Знати* основи управління ветеринарними організаціями і підприємствами різних форм власності; механізми управління епізоотичними, інфекційними, фізіологічними та патологічними процесами; методи та засоби управління людськими, фінансовими, матеріально-технічними, технологічними та інформаційними ресурсами; засади формування механізмів ефективного управління, оцінки результативності діяльності підприємств, інноваціями, здоров’ям тварин, якістю і безпекою продуктів тваринного походження;;  *Вміти* підготувати ветеринарні, організаційні та фінансові документи, які необхідні для створення і ефективного функціонування комерційних ветеринарних організацій; визначати потреби у ресурсах для здійснення підприємницької ветеринарної діяльності; формувати системи виробництва, постачання і використання ветеринарних препаратів; за матеріалами комплексного вивчення ринку ветеринарних товарів та послуг розробляти бізнес-план. | *Підготовка до лекцій* (попереднє ознайомлення з презентацією та повнотекстовою лекцією).  *Виконання та здача лабораторної роботи* (в методичних рекомендаціях – в продовж лабораторного заняття, або самостійно в позаурочний час).  *Виконання самостійної роботи* (з використанням методичних рекомендацій).  *Підготовка та написання модульної контрольної роботи* - у вигляді тестів | *Виконання та здача лабораторних робіт* – зараховано.  *Модуль*: тести – 100 балів;  *Самостійна робота* – вибіркове усне опитування. |
| Тема 2. Сутність поняття менеджмент. Методи ветеринарного менеджменту | 2/2 |
| Тема 3. Кадрова політика в організаціях ветмедицини | 2/2 |
| Тема 4. Управління біологічними та епізоотичним процесами | 2/2 |
| **Змістовий модуль 2. Маркетинг у ветеринарній медицині** | | | | | |
| Тема 1. Суть і зміст маркетингу у ветеринарній медицині | 2/2 | *Знати:*особливості функціонування сучасного ринку ветеринарних товарів та послуг; сутність маркетингу як філософії бізнесу, сфери діяльності і функції управління; товарну, цінову і комунікаційну політику підприємств у ветеринарній медицині; організацію і контроль маркетингової діяльності.  *Вміти:*провести сегментацію ринку ветеринарних товарів та послуг; оцінити ефективність засобів просування товарів та послуг на ринок; комунікувати із клієнтами- споживачами ветеринарних послуг. | *Підготовка до лекцій* (попереднє ознайомлення з презентацією та повнотекстовою лекцією).  *Виконання та здача лабораторної роботи* (в методичних рекомендаціях – в продовж лабораторного заняття, або самостійно в позаурочний час).  *Виконання самостійної роботи* (з використанням методичних рекомендацій).  *Підготовка та написання модульної контрольної роботи* - у вигляді тестів | *Виконання та здача лабораторних робіт* – зараховано.  *Модуль*: тести – 100 балів;  *Самостійна робота* – вибіркове усне опитування. |
| Тема 2. Ринок ветеринарних товарів та послуг. Сегментація ринку та позиціювання товарів ветеринарного призначення. | 2/2 |
| Тема 3 Особливості товару та розробка нових товарів – ветпрепаратів. Життєвий цикл лікарських засобів. | 2/2 |
| Тема 4. Маркетингова комунікаційна політика в підприємницьких структурах ветеринарної медицини | 1/1 |
| **Всього за семестр**  **Залік**  **Всього за курс** | **(М1+М2)/2\*0,7 (максимум 70 балів)**  **30 балів**  **100 балів** | | | | |

**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. На лабораторних заняттях обов’язковою вимогою є наявність лабораторного халата. 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. |

**ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Рейтинг здобувача вищої освіти, бали** | **Оцінка національна за результати складання заліку** |
| 90-100 | зараховано |
| 74-89 |
| 60-73 |
| 0-59 | не зараховано |