



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Менеджмент і маркетинг у ветеринарній медицині»

Ступінь вищої освіти - Магістр
Спеціальність 211 Ветеринарна медицина
Освітня програма «Ветеринарна медицина»
Рік навчання 3, семестр 6
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 4
Мова викладання українська

Лектор курсу
Контактна інформація
лектора (e-mail)
Сторінка курсу в eLearn

Шевчук Віктор Миколайович, доцент, кандидат ветеринарних наук
shevchuk_vm@nubip.edu.ua
<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2915>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Менеджмент та маркетинг у ветеринарній медицині є вибіркоким 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.

Після вивчення дисципліни "Менеджмент та маркетинг у ветеринарній медицині" студент отримає основи знань та навичок з управління персоналом ветеринарних організацій та підприємств, а також 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. Менеджмент: предмет і завдання.	2/2	<p><i>Знати</i> 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;;</p> <p><i>Вміти</i> 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.</p>	<p><i>Підготовка до лекцій</i> (попереднє ознайомлення з презентацією та повнотекстовою лекцією).</p> <p><i>Виконання та задача лабораторної роботи</i> (в методичних рекомендаціях – в продовж лабораторного заняття, або самостійно в позаурочний час).</p> <p><i>Виконання самостійної роботи</i> (з використанням методичних рекомендацій).</p> <p><i>Підготовка та написання модульної контрольної роботи</i> - у вигляді тестів</p>	<p><i>Виконання та задача лабораторних робіт</i> – зараховано.</p> <p>Модуль: тести – 100 балів;</p> <p><i>Самостійна робота</i> – вибіркоче усне опитування.</p>
Тема 2. Функції та 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	<p><i>Знати:</i> 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.</p> <p><i>Вміти:</i> провести сегментацію ринку ветеринарних товарів та послуг; оцінити ефективність засобів просування товарів та послуг на ринок; комунікувати із клієнтами- споживачами ветеринарних послуг.</p>	<p><i>Підготовка до лекцій</i> (попереднє ознайомлення з презентацією та повнотекстовою лекцією).</p> <p><i>Виконання та задача лабораторної роботи</i> (в методичних рекомендаціях – в продовж лабораторного заняття, або самостійно в позаурочний час).</p> <p><i>Виконання самостійної роботи</i> (з використанням методичних рекомендацій).</p> <p><i>Підготовка та написання модульної контрольної роботи</i> - у вигляді тестів</p>	<p><i>Виконання та задача лабораторних робіт</i> – зараховано.</p> <p>Модуль: тести – 100 балів;</p> <p><i>Самостійна робота</i> – вибіркоче усне опитування.</p>
Тема 2. Ринок ветеринарних товарів та послуг. Сегментація ринку та позиціонування 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				(M1+M2)/2*0,7 (максимум 70 балів)
Залік				30 балів
Всього за курс				100 балів

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i>	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).
<i>Політика щодо академічної доброчесності:</i>	Списування під час модульних контрольних робіт та заліків заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів та додаткової літератури).
<i>Політика щодо відвідування:</i>	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