



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

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

Шевчук Віктор Миколайович, доцент, кандидат ветеринарних наук

shevchuk_vm@nubip.edu.ua

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Менеджмент та маркетинг у ветеринарній медицині є вибіркоким 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 | <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; Самостійна робота – вибіркоче усне опитування.</p> |
| 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 | <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; Самостійна робота – 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 |