

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
« Менеджмент і маркетинг
у тваринництві »

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський) рівень
Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми	204 Технологія виробництва та переробки продукції тваринництва ОПП Технологія виробництва та переробки продукції тваринництва
Статус навчальної дисципліни	фахова вибіркова
Курс, семестр	курс - 2, семестр - 1
Трудовісткість	загальна кількість годин – 120; кількість кредитів – 4,0
Мова(и) викладання	державна
ННІ / факультет, кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	викладач: ТЕРЕЩЕНКО Іван, к.е.н., доцент. контакти: ауд. 472 (навчальний корпус № 4) e-mail: ivan.tereshchenko@pdaa.edu.ua сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych
Мета вивчення навчальної дисципліни	надання здобувачам вищої освіти сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі менеджменту і маркетингу, набуття практичних навичок щодо планування, організації, управління і контролю діяльністю підприємства, з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.
Компетентності	Здатність працювати в команді та мати навички міжособистісної взаємодії Здатність застосовувати базові знання економіки, організації та менеджменту у виробництві та переробці продукції тваринництва
Результати навчання	РН. Застосовувати закони економіки, організації та менеджменту у виробництві та переробці продукції тваринництва .
Методи навчання	словесні (лекція, бесіда, розповідь-пояснення), наочні (демонстрування, спостереження) практичні (лабораторні роботи), порівняння (виявленні подібності та відмінностей між предметами і явищами), репродуктивний (робота з готовими зразками), дослідницький (студенти виконують пошукові дії), методи самостійної роботи вдома (завдання самостійної роботи), робота під керівництвом викладача (виконання письмових робіт, виконання практичних завдань), методи письмового контролю (самостійна, контрольна робота), методи усного контролю (усне опитування), комп'ютерні і мультимедійні методи (використання мультимедійних презентацій, дистанційне навчання).
Програма навчальної дисципліни	Тема 1. Сутність та методологічні основи менеджменту. Тема 2. Закони, принципи, методи і функції менеджменту. Тема 3. Характеристика функцій менеджменту. Тема 4. Стили лідерства, діловий етикет і протокол. Тема 5. Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Тема 6. Маркетингова товарна політика в тваринництві. Тема 7. Стратегії маркетингу у тваринництві. Тема 8. Маркетингові дослідження у тваринництві.

Стратегія оцінювання результатів навчання	<i>форми поточного контролю:</i> виконання лабораторних робіт та їх захист (денна форма – 60 балів, заочна форма – 10 балів), виконання завдань самостійної роботи (денна форма – 10 балів, заочна форма – 40 балів), контрольна робота для заочної форми навчання – 50 балів; <i>форма семестрового контролю</i> – залік.
Політика навчальної дисципліни	<i>Політика щодо термінів виконання та перескладання:</i> усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). <i>Політика щодо академічної доброчесності:</i> списування під час виконання робіт заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: https://www.pdau.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. <i>Політика щодо відвідування:</i> відвідування занять є обов'язковим; при наявності індивідуального графіку співпраця здобувача та викладача відбувається згідно даного графіка. Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої / міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та / або індивідуальними запрошеннями. На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості неформального / інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/5555/polozhennyyaproporya_dok22.pdf. Після завершення вивчення навчальної дисципліни кожен здобувач вищої освіти має пройти опитування в особистому кабінеті АСУ ПДАУ.
Передумови для вивчення навчальної дисципліни (за потреби)	Передумовою для вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг у тваринництві» є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні дисциплін «Філософія», «Інформаційні системи та технології», «Економіка підприємства»
Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)	презентації, відеоролики
Рекомендовані джерела інформації	Основні 1. Мудра І. М. Менеджмент і маркетинг : навч. посіб. Нац. ун-т "Львів. політехніка". Львів: Ліга-Прес, 2017. 211 с. 2. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 612 с. 3. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2017. 326 с.

4. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
5. Муромець Н. Є. Менеджмент : навч. посіб. Харків. торг.-еко. ін-т Київ. нац. торг.-еко. ун-ту. - Харків: Мезіна В. В., 2017. 322 с.
6. Стахів О. Г., Явніук О. І., Волощук В. В. Основи менеджменту: навчальний посібник. ІваноФранківськ, «Лілея-НВ», 2015. 336 с.
7. Балашов А.М., Мошек Г.Є., Молдован В.В. Сучасний менеджмент у питаннях і відповідях : навчальний посібник К.: Алерта, 2018. 620 с.

Допоміжні

8. Бедринець М.Д., Довгань Л.П. Фінанси підприємств : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 292 с.
9. Бесквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 192 с.
10. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту. Київ, 2017. 200 с.
11. Бойчук І.В., Дмитрів А.Я. Маркетинг промислового підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 620 с.
12. Браргава Р. Неочевидне. Як передбачити майбутнє, аналізуючи тренди. Київ : Vivat, 2019. 288 с.
13. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 536 с.
14. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Київ : Наш Формат, 2018. 104 с.
15. Діб Алла. Маркетинговий план на одну сторінку. Київ : Vivat, 2020. 288 с.
16. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
17. Йон Е. Суперспоживачі. Швидкий шлях до зростання бренду. Київ : Наш Формат, 2019. 160 с.
18. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. Видавництво «Фабула», 2019. 352 с.
19. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємства: сучасний стан. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 252 с.
20. Манн І. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів. Київ : Моноліт-Bizz, 2018. 320 с.
21. Манн І. Маркетинг на 100%. Ремікс. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 240 с.
22. Маркетинг : навч. посібник / М. В. Мальчик та ін. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.
23. Терещенко І. О., Кібальник В. О. Маркетингові аспекти стратегічного управління підприємством. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 20. С. 56–60.
24. Терещенко І. О., Шульга Л.В., Горілей В.Ю. Система маркетингового менеджменту підприємства АгроСвіт. 2019. № 18. С. 63–67.
25. Терещенко І. О., Шульга Л. В., Шарлай О.В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. Ефективна економіка. 2020. № 9.

	26. Філановський О. Головна маркетингова книга. Київ : Наш Формат, 2018. 304 с. 27. Філановський О. Гра в бренди. Як збільшити шанси вашого бізнесу на успіх. Київ : Наш Формат, 2019. 200 с. <i>Інформаційні ресурси мережі Інтернет</i> 28. Аграрний сектор України: веб-сайт: URL: http://agroua.net/animals/catalog/ag-1/a-2/info/aig-14/ (дата звернення 30.08.2023) 29. Журнал «Агробізнес сьогодні»: веб-сайт: URL: http://www.agrobusiness.com.ua (дата звернення 30.08.2023) 30. Інформаційно – аналітичний портал «Milk.UA.info»: веб-сайт: URL: http://milkua.info/uk/technews/140/ (дата звернення 30.08.2023)
Рік введення	2023