

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«РОЖИЩЕНСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ЛЬВІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ
ІМЕНІ С. З. ГЖИЦЬКОГО»**

**МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У ВЕТЕРИНАРНІЙ
МЕДИЦИНІ**

ПРОГРАМА

**освітнього компонента (навчальної дисципліни)
підготовки фахівців ОПС фаховий молодший бакалавр**

спеціальність 211 Ветеринарна медицина

**Рожисьце
2022**

Укладач:

Куденчук Л. А., викладач ВСП «Рожищенський фаховий коледж Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького»

Рецензенти:

Ковальчук Л. М., Мосійчук Г. С., викладачі ВСП «Рожищенський фаховий коледж Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького»

Програма обговорена на засіданні циклової комісії
технологічних дисциплін

Протокол від 25.07.2022 року № 7

Голова циклової комісії Ковальчук Л. М.

Рекомендовано Педагогічною радою ВСП «Рожищенський фаховий коледж ЛНУВМБ імені С. З. Гжицького»

Протокол від 25.08.2022 року № 11

При укладанні програми освітнього компонента (навчальної дисципліни) за основу взята орієнтовна програма навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг у ветеринарній медицині», рекомендована навчально-методичною комісією Науково-методичного центру «Агроосвіта» (протокол від 24.10.2013 р. № 1)

ОПИС ОСВІТЬОГО КОМПОНЕНТА (НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

“Менеджмент та маркетинг у ветеринарній медицині”

Галузь знань	21 Ветеринарна медицина
Спеціальність	211 Ветеринарна медицина
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Загальна кількість годин	60

Види навчальної діяльності та види навчальних занять, обсяг годин:

Лекції	22
Практичні заняття	16
Самостійна робота	22
Форма підсумкового контрольного заходу	залік

ВСТУП

Програму освітнього компонента (навчальної дисципліни) “Менеджмент та маркетинг у ветеринарній медицині” розроблено з урахуванням того, що студенти мають засвоїти питання маркетингової діяльності підприємств, менеджменту в галузі малого підприємництва тощо.

Міждисциплінарні зв'язки: “Вступ до спеціальності”, “Економіка сільського господарства”, “Організація ветеринарної справи”, “Фармакологія”.

Метою викладання освітнього компонента (навчальної дисципліни) “Менеджмент та маркетинг у ветеринарній медицині” є надання студентам спеціальних знань і вмінь щодо здійснення підприємницької діяльності та управління суб'єктам підприємства в різних галузях, зокрема в галузі сільськогосподарського виробництва та агробізнесу щодо маркетингу та маркетингової діяльності суб'єктів підприємництва.

Основними завданнями освітнього компонента (навчальної дисципліни) “Менеджмент та маркетинг у ветеринарній медицині” є:

- засвоєння студентами теоретичних знань, що передбачені навчальною програмою з дисципліни “Менеджмент та маркетинг у ветеринарній медицині”;
- формування спеціальних професійних умінь та навичок щодо роботи в управлінській структурі сільськогосподарських підприємств та підприємств у галузі ветеринарної медицини (лікарні ветеринарної медицини, пункти, ветеринарні аптеки, клініки тощо)
- організація маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств, зокрема підприємств, зайнятих в галузі ветеринарної медицини за напрямками:
 - маркетингові дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища;
 - організація служби маркетингу на підприємстві;
 - розробка та реалізація збутової політики підприємства.
- розробка та впровадження бізнес-плану розвитку сільськогосподарських підприємств та підприємств ветеринарної медицини (лікарні ветеринарної медицини, пункти, ветеринарні аптеки, клініки тощо).

Як результат вивчення освітнього компонента (навчальної дисципліни) “Менеджмент та маркетинг у ветеринарній медицині” студенти повинні **знати:**

- суть основних положень і категорій менеджменту та маркетингу;
- функції менеджменту та маркетингу;
- систему методів управління;
- зміст процесів та технології управління;
- основи планування, здійснення мотивування та контролювання;
- показники ефективності системи менеджменту;

вміти:

- планувати діяльність галузі та персоналу;
- аналізувати структуру управління організацій;
- здійснювати підбір кваліфікованих працівників;

- розробляти засновницькі документи (посадові інструкції, статuti, положення про структурні підрозділи);

- складати маркетингові, фінансові та бізнес-плани.

Тематичний план, наведений у програмі, є орієнтовним. Предметні (циклові) комісії можуть вносити зміни в розподіл навчальних годин з темами, у зміст програмного матеріалу за обов'язкового збереження кількості годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни. Зміни, які вносить предметна (циклова) комісія в програму, мають бути затверджені заступником директора з навчальної роботи.

1. ОРІЄНТОВНА СТРУКТУРА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема		Обсяг годин для окремих видів навчальних занять і самостійної роботи			
№	назва	лекції	практичні	самостійна робота	разом
1.	Маркетинг та маркетингова діяльність підприємств у галузі сільського господарства та ветеринарної медицини	6	2	4	12
2.	Менеджмент та управлінська діяльність	4	2	6	12
3.	Управління підприємницькою діяльністю. Менеджмент малого підприємництва	2	2	4	8
4.	Економічні та правові засади підприємництва в Україні	6	4	6	16
5.	Виробнича діяльність підприємницьких структур. Бізнес-планування	4	6	2	12
Всього годин з навчальної дисципліни		22	16	22	60

2. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

1. Маркетинг та маркетингова діяльність підприємств у галузі сільського господарства та ветеринарної медицини

Природа маркетингу, його сутність та визначення. Основні принципи, цілі, функції та напрями маркетингової діяльності. Фундаментальні поняття маркетингу: потреби та запити, товари та послуги, споживча цінність, задоволення та якість, обмін, угода, ринок. Комплекс маркетингу.

Види маркетингу залежно від орієнтації маркетингової діяльності, сфери застосування маркетингової політики підприємства, видів купівельного попиту тощо.

Маркетингові дослідження та маркетингова інформаційна система в сільськогосподарських та ветеринарних підприємствах, ветеринарних аптеках.

Мікро- та макросередовище сільськогосподарських та ветеринарних підприємств, ветеринарних аптек.

Маркетингова та товарна політика. Структура та цілі маркетингової товарної політики сільськогосподарських і ветеринарних підприємств. Життєвий цикл товару, характеристика його основних етапів у галузі сільського господарства та роздрібної торгівлі засобами ветеринарної медицини.

Маркетингова цінова політика. Сутність та роль маркетингової цінової політики. Стратегії й методи ціноутворення під час реалізації сільськогосподарської продукції та засобів ветеринарної медицини.

Комплекс маркетингових комунікацій. Основні елементи: реклама, стимулювання збуту, пропаганда (PR), персональний продаж, прямий маркетинг. Організація діяльності служби маркетингу в сільськогосподарських підприємствах, ветеринарних клініках, ветеринарних аптеках.

Практичне завдання 1

Проведення маркетингового дослідження на предмет можливості організації ветеринарної аптеки.

Застосування різноманітних методів ціноутворення під час організації ветеринарної аптеки.

2. Менеджмент та управлінська діяльність

Системний підхід до управління підприємством у галузі сільськогосподарських підприємств, ветеринарної практики та роздрібної торгівлі засобами ветеринарної медицини. Принципи управлінської діяльності (менеджменту). Функції менеджменту (планування, організація, мотивація, координація, контроль). Інструменти впливу на людей (ієрархія, ринок, культура організації).

Влада в менеджменті та її значення в управлінні людьми. Лідерство. Стили лідерства. Формальні та неформальні відносини в колективі.

Прийняття управлінських рішень у процесі менеджменту підприємницьких структур, сільськогосподарських підприємств, ветеринарних клінік та ветеринарних аптек.

Управління конфліктами в трудових колективах суб'єктів підприємницької діяльності.

Практичне завдання 2

Дослідження принципів, функцій і методів управління та можливості їх застосування в керівництві малого підприємства в галузях сільськогосподарських підприємств, ветеринарних практик та роздрібної торгівлі засобами ветеринарної медицини.

3. Управління підприємницькою діяльністю. Менеджмент малого підприємництва

Особливості управління в малому підприємстві в галузі сільськогосподарського виробництва, ветеринарної практики та роздрібної торгівлі засобами ветеринарної медицини.

Формування колективу та стратегія розвитку персоналу малого підприємства.

Практичне завдання 3

Участь у розробці й прийнятті управлінського рішення. Ділова гра щодо розв'язання управлінських ситуацій.

4. Економічні та правові засади підприємництва в Україні

Поняття та роль підприємництва і агробізнесу в умовах розвитку ринкової економіки. Суб'єкти підприємництва. Власність як економічна основа бізнесу. Особливості, етапи та темпи розвитку підприємництва в Україні. Господарський Кодекс України (Глава 4 “Господарська комерційна діяльність (підприємництво)”).

Особливості організації агробізнесу, його стратегія і тактика. Рушійні сили та елементи системи бізнесу. Підприємництво як елемент бізнесу і тип господарювання.

Агробізнес як новий спосіб ведення сільського господарства.

Особливості організації підприємницької діяльності в галузі ветеринарної практики та роздрібної торгівлі засобами ветеринарної медицини (ветеринарні аптеки).

Принципи підприємницької діяльності (Господарський кодекс України, глава 4, стаття 44).

Свобода і право на підприємницьку діяльність. Обмеження і ліцензування видів підприємницької діяльності.

Процедура ліцензування ветеринарної практики та роздрібної торгівлі засобами ветеринарної медицини.

Система і структура правових актів, що регулюють підприємницьку діяльність:

- Господарський кодекс України;

- Постанова Кабінету Міністрів України “Про порядок ліцензування підприємницької діяльності” від 03.07.1998 р. № 1020

- Указ Президента України “Про запровадження єдиної державної регуляторної політики в сфері підприємництва”.

Органи державного регулювання підприємництва, їх функції. Фонди підтримки підприємництва в Україні. Регіональні програми підтримки підприємництва.

Програма державної підтримки підприємництва: створення правової і нормативної бази; побудова належної фінансово-кредитної системи; забезпечення матеріальних умов; формування ринкової інфраструктури; забезпечення додержання конкурентного режиму господарювання.

Економічне забезпечення підприємницької діяльності: визначення мети та способу її досягнення; опрацювання плану діяльності; ресурсне забезпечення.

Практичні завдання 4, 5

Дослідження нормативної і законодавчої бази, що забезпечує підприємницьку діяльність в Україні.

Дослідження принципів формування засновницьких документів, їх завдань та змісту.

5. Виробнича діяльність підприємницьких структур. Бізнес-планування

Створення матеріальних благ і прибутку – основа функціонування виробництва. Комерційний розрахунок як метод ведення виробничо-господарської діяльності.

Загальні засади планування підприємницької діяльності в галузях сільськогосподарського виробництва роздрібної торгівлі засобами ветеринарної медицини. Види підприємницьких проектів, їх специфіка і завдання.

Бізнес-план як інструмент виробничої діяльності. Особливості розробки бізнес-планів підприємств агропромислового комплексу, ветеринарних клінік та ветеринарних аптек.

Зміст бізнес-плану, його структура і логіка розробки.

Практичні завдання 6–8

Складання та оформлення бізнес-плану. Логіка опрацювання та структура бізнес-плану. Визначення цілей діяльності підприємства. Складання плану

маркетингу, оцінювання ризику та страхування. Фінансовий план. Виробничий план. Складання резюме. Ділова гра “Захист бізнес-плану”.

3. САМОСТІЙНА РОБОТА

Основним завданням закладів освіти на сучасному етапі розвитку суспільства є формування творчої особистості фахівця, здатного до самостійного підвищення фахового рівня, самоосвіти, креативності, інноваційної діяльності. Але вирішення цього завдання неможливе, якщо в освітньому процесі існуватиме лише передача знань від викладача до студента. Щоб залучити студента до активного здобуття знань, неоціненною є роль самостійної роботи.

4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА І ДЖЕРЕЛА

1. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96%D0%B2%D1%80#Text>
2. Ануфрієва О. Л., Пальчевська Т. Г., Лагоцька Г. М. Підприємницька діяльність. Навчальний посібник. Івано-Франківськ: «Лілея-НВ», 2014. 304 с.
3. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
4. Бізнес-планування підприємницької діяльності: навчальний посібник / З. С. Варналій, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, Р. Р. Білик. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с.
5. Бізнес-планування: навчальний посібник / В.Ф. Гамалій, В.А. Вишневецька, О.С. Хачатурян. Кропивницький: ПП «Ексклюзив-Систем», 2017. 186 с.
6. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2009. 712 с.
7. Гонтарева І. В. Підприємництво: підручник. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 392 с.
8. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436 (зі змінами і доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
9. Доброва Н.В. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса, 2018. 305 с.
10. Дуркач М.І., Базюк Г.М., Тринів І.В., Янишин Я.С. Менеджмент і маркетинг. Навчальний посібник Київ, 2009. 179 с.
11. Зоріна О.І., Дергоусова А.О., Сиволовська О.В. Основи маркетингу та менеджменту: навчальний посібник. Харків: УкрДАЗТ, 2014. 319 с.
12. Ільчук М.М., Коновал І.А. Бізнес-планування підприємницької діяльності в АПК. Навчальний посібник. Київ: ЗАТ «НІЧЛАВА», 2013. 275 с.
13. Кодекс України з процедур банкрутства від 18 жовтня 2018 року № 2597-VIII (зі змінами і доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2597-19#Text>
14. Корнієнко Л.Є., Ярчук Б.М., Тирсін Р.В., Царенко Т.М., Сокольська Т.В. Менеджмент і маркетинг у ветеринарній медицині. Київ: Аграрна освіта, 2013. 349 с.
15. Кравченко В. О. Менеджмент: Навчальний посібник. Одеса: Атлант, 2013. 165 с.
16. Краус К. М., Краус Н. М., Радзіховська Ю. М. Менеджмент і маркетинг: посібник. Київ: Аграр Медіа Груп, 2022. 241 с.
17. Мазнів Г. Є. Бізнес-планування в аграрних формуваннях: навчальний посібник. Харків: ХНТУСГ, 2016. 272 с.
18. Мазур К.В., Кубай О.Г. М 13 Менеджмент аграрного підприємства: навчальний посібник. Вінниця: ТВОРИ, 2020. 284 с.
19. Маркетинг. Навчальний посібник / За заг. ред. проф. Старостіної А. О. Київ: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

20. Маркетинг: навчальний посібник / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с.
21. Панченко С. В., Дикань В. Л., Шраменко О. В. Підприємництво: підручник. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 241 с.
22. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник. 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
23. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI (зі змінами і доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.
24. Про господарські товариства: Закон України від 19 вересня 1991 року № 1576-XII (зі змінами і доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1576-12#Text>
25. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань: від 15 травня 2003 року № 755-IV (зі змінами і доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text>
26. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України від 2 березня 2015 року № 222-VIII (зі змінами і доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text>
27. Ратушняк О. Г. Менеджмент та маркетинг. Практикум: навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2018. 120 с.
28. Рульєв, В. А. Менеджмент: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 312 с.
29. Сафонова В. Є. Основи ринкової економіки і підприємництва: підручник для студ. вищ. навч. закл. Київ: ДП «Вид. дім «Персонал», 2017. 346 с.
30. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навчальний посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
31. Шкільняк М. М., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: Навчальний посібник. Тернопіль: Крок, 2017. 252 с.