

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та
інформаційних технологій
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ
У ТВАРИННИЦТВІ
(вибіркова навчальна дисципліна)

Розробники:
Терещенко Іван –
доцент кафедри маркетингу,
к.е.н, доцент

Полтава
2022 р.

Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	Менеджмент і маркетинг у тваринництві
Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти	Вибіркова навчальна дисципліна
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	<i>Викладач:</i> ТЕРЕЩЕНКО Іван, к.е.н., доцент. <i>Контакти:</i> ауд. 472 (навчальний корпус №4), <i>e-mail:</i> ivan.tereshchenko@pdaa.edu.ua ; <i>тел.</i> (066) 93-255-09, 095-82-88-557 (директорат) <i>Сторінка викладача:</i> https://www.pdaa.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Спеціальність <i>Освітня програма</i>	204 «Технологія виробництва і переробки продукції тваринництва» <i>Технологія виробництва і переробки продукції тваринництва</i>
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	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»

Заплановані результати навчання:

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.

Основні завдання навчальної дисципліни: формування у студентів цілісної системи знань про теоретичні та методологічні основи менеджменту і маркетингу, значення управління в діяльності підприємства.

Компетентності:

загальні:

ЗК 6. Здатність працювати в команді та мати навички міжособистісної взаємодії.

фахові (спеціальні):

ФК 6. Здатність застосовувати базові знання економіки, організації та менеджменту у виробництві та переробці продукції тваринництва.

Програмні результати навчання:

РН 12. Застосовувати закони економіки, організації та менеджменту у виробництві та переробці продукції тваринництва.

Програма та структура навчальної дисципліни:

Назва теми	Кількість годин							
	усього	денна форма стн			усього	заочна форма стн		
		л	с	с.р.		л	с	с.р.
Тема 1. Сутність та методологічні основи менеджменту	14	2	2	10	15	2		13
Тема 2. Закони, принципи, методи і функції менеджменту	16	2	4	10	16			16

Тема 3. Характеристика функцій менеджменту	14	2	2	10	14		2	12
Тема 4. Стилї лідерства, діловий етикет і протокол	16	2	4	10	14	2		12
Тема 5. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	14	2	2	10	15	2		13
Тема 6. Класифікація маркетингу	16	2	4	10	14		2	12
Тема 7. Характеристика маркетингу	14	2	2	10	16			16
Тема 8. Маркетингові дослідження	16	2	4	10	16			16
Індивідуальні завдання (контрольна робота)					40			40
Усього годин	120	16	24	80	120	6	4	110

Оцінювання результатів навчання
Форми контролю результатів навчання
денна форма стн

Програмні результати навчання	Форма оцінювання			Разом
	виконання практичних робіт	обговорення теоретичних питань	виконання завдань самостійної роботи	
РН 12	30	30	40	100
Всього	30	30	40	100

заочна форма стн

Програмні результати навчання	Форма оцінювання			Разом
	виконання практичних робіт	розв'язування тестів	виконання завдань контр. роб.	
РН 12	40	20	40	100
Всього	40	20	40	100

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни
денна форма стн

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання			Разом
	виконання практичних робіт	обговорення теоретичних питань	виконання завдань самостійної роботи	
Тема 1. Сутність та методологічні основи менеджменту	4	4	5	13
Тема 2. Закони, принципи, методи і функції менеджменту	4	-	5	9
Тема 3. Характеристика функцій менеджменту	4	4	5	13
Тема 4. Стилї лідерства, діловий етикет і протокол	4	4	5	13
Тема 5. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	4	4	5	13
Тема 6. Класифікація маркетингу	4	4	5	13
Тема 7. Характеристика маркетингу	4	4	5	13
Тема 8. Маркетингові дослідження	4	4	5	13
Всього	32	28	40	100

Шкала та критерії оцінювання виконання практичних робіт
денна форма стн

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
4	Здобувач вищої освіти правильно розв'язав практичне завдання (задачу), вміє пояснити методику розв'язання та зміст застосовуваного понятійного апарату і формул.
3	Здобувач вищої освіти показує знання методики розв'язання практичного завдання (задачі) та змісту застосовуваного понятійного апарату і формул. Проте допущені окремі незначні помилки у розв'язанні.
2	Здобувач вищої освіти частково розв'язав практичне завдання (задачу), але не спромігся аргументувати свою відповідь.
1	Здобувач вищої освіти частково розв'язав практичне завдання (задачу), але помилився у використанні понятійного апарату та методики розв'язання задачі.

Шкала та критерії оцінювання обговорення теоретичних питань
денна форма стн

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
4	Відповідь правильна, обґрунтована, осмислена та характеризує наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні.
3	Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання та повністю відображає визначений результат навчання за темою.
2	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання.
1	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення, характеризує застосування знань при виконанні завдань за зразком, але з неточностями.

Шкала та критерії оцінювання виконання завдань самостійної роботи
денна форма стн

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
5	Здобувач вищої освіти правильно розв'язав завдання (задачу), вміє пояснити методику розв'язання та зміст застосовуваного понятійного апарату і формул.
4	Здобувач вищої освіти показує знання методики розв'язання завдання (задачі) та змісту застосовуваного понятійного апарату і формул.
3	Здобувач вищої освіти показує знання методики розв'язання завдання (задачі), проте допущені окремі незначні помилки у розв'язанні.
2	Здобувач вищої освіти частково розв'язав завдання (задачу), але не спромігся аргументувати свою відповідь.
1	Здобувач частково розв'язав завдання (задачу), помилився у використанні понятійного апарату та методики розв'язання.

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни
заочна форма стн

Назва теми	Види навчальної роботи		Разом по темі
	виконання вправ на практичних заняттях	розв'язування тестів	
Тема 1. Сутність та методологічні основи менеджменту	40	20	60
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. Класифікація маркетингу			
Тема 7. Характеристика маркетингу			
Тема 8. Маркетингові дослідження			
Індивідуальне завдання: контрольна робота			40
Разом	40	20	100

Шкала та критерії оцінювання виконання практичних вправ
заочна форма стн

Шкала оцінювання, балів	Критерії оцінювання
41-60	Висока активність на занятті виконання всіх практичних завдань
21-40	Середня активність, самостійне виконання (участь у виконанні) одного з практичних завдань
0-20	Слабка активність на занятті, відсутність самостійного опрацювання матеріалу практичного заняття

Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів
заочна форма стн

Шкала оцінювання, балів	Критерії оцінювання
15-20	На високому рівні – ЗВО демонструє розуміння сутності матеріалу, про що свідчать 90 -100 % правильних відповідей
10-14	На середньому рівні – ЗВО демонструє знання і розуміння основних положень завдань (70 – 89 % вірних відповідей)
5-9	На достатньому рівні – ЗВО демонструє неточні знання і розуміння основних положень матеріалу, що підтверджується 60 – 69 % вірних відповідей
0-4	На низькому рівні – ЗВО демонструє поверхневі знання і розуміння основних положень матеріалу; має 50 – 59 % вірних відповідей

Шкала та критерії оцінювання виконання контрольної роботи
заочна форма стн

Вид завдання	Кількість балів	Критерії оцінювання
Теоретичні питання (3 питання)	0-2	Несвідоме, механічне відтворення матеріалу зі значними помилками та прогалинами; судження необґрунтовані; недостатньо проявляється самостійність мислення. Відповідь містить стилістичні та граматичні помилки.
	3-5	Свідоме відтворення матеріалу з незначними помилками; дещо порушено логічність та послідовність викладу; недостатньо

		проявляється самостійність мислення. Відповідь стилістично правильна, містить незначні граматичні помилки.
	6-8	Свідоме і повне відтворення матеріалу з деякими неточностями у другорядному матеріалі; виклад матеріалу достатньо обґрунтований, дещо порушено послідовність викладу. Відповідь стилістично та граматично правильна.
	9-10	Виклад матеріалу глибоко обґрунтований, логічний, переконливий. Відповідь містить власні приклади, що свідчить про творче застосування матеріалу. Відповідь стилістично та граматично правильна.
Максимальна кількість балів	30 балів	
Захист контрольної роботи	10 балів	

Трудовістю:

Загальна кількість годин 120 год, кількість кредитів 4,0. Форма семестрового контролю – залік

Політика навчальної дисципліни

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач вищої освіти отримує на занятті 0 балів та зобов'язаний відпрацювати таке заняття.

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

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. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про 15 академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

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.-екон. ін-т Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. - Харків: Мезіна В. В., 2017. 322 с.
6. Стахів О. Г., Явнюк 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

1. Бедринець М.Д., Довгань Л.П. Фінанси підприємств : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 292 с.
2. Бесквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 192 с.
3. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту. Київ, 2017. 200 с.
4. Бойчук І.В., Дмитрів А.Я. Маркетинг промислового підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 620 с.
5. Браргава Р. Неочевидне. Як передбачити майбутнє, аналізуючи тренди. Київ : Vivat, 2019. 288 с.
6. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 536 с.
7. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Київ : Наш Формат, 2018. 104 с.
8. Діб Алла. Маркетинговий план на одну сторінку. Київ : Vivat, 2020. 288 с.
9. 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>
10. Йон Е. Суперспоживачі. Швидкий шлях до зростання бренду. Київ : Наш Формат, 2019. 160 с.
11. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. Видавництво «Фабула», 2019. 352 с.
12. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємства: сучасний стан. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 252 с.
13. Манн І. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів. Київ : Моноліт-Bizz, 2018. 320 с.
14. Манн І. Маркетинг на 100%. Ремікс. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 240 с.
15. Маркетинг : навч. посібник / М. В. Мальчик та ін. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.
16. Терещенко І. О., Кібальник В. О. Маркетингові аспекти стратегічного управління підприємством. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 20. С. 56–60.
17. Терещенко І. О., Шульга Л.В., Горілей В.Ю. Система маркетингового менеджменту підприємства *АгроСвіт*. 2019. № 18. С. 63–67.
18. Терещенко І. О., Шульга Л. В., Шарлай О.В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2020. № 9.
19. Філановський О. Головна маркетингова книга. Київ : Наш Формат, 2018. 304 с.
20. Філановський О. Гра в бренди. Як збільшити шанси вашого бізнесу на успіх. Київ : Наш Формат, 2019. 200 с.

Інформаційні ресурси

1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <https://sostav.ua/>
2. Академія Інтернет-Маркетингу #1. URL: <https://webpromoeexperts.net/ua/>.
3. Агентство PERFORMANCE маркетингу. URL: <https://roman.ua/>
4. YoungSoul Сайт з душою. URL: <https://youngsoul.co.ua/>
5. Google Аналітика. URL: <https://youngsoul.co.ua/>
6. Онлайн-платформа автоматизації маркетингу. URL: <https://www.marketo.com/>
7. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/archive.php>
8. Журнал «Маркетинг і реклама». URL: <https://mr.com.ua>
9. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
10. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <http://mdtopu.com.ua/index.php/mdt>
11. Журнал «Мир упаковки». URL: <http://packaging.com.ua/magazine-list>
12. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua>