

- 2.1. Шифр. ВПП 8 / Вибірковий блок 1.
- 2.2. Назва. Менеджмент і маркетинг у тваринництві.
- 2.3. Тип. Вибіркова.
- 2.4. Цикл. Професійної підготовки.
- 2.5. Рік навчання. III.
- 2.6. Семестр. V.
- 2.7. Кількість кредитів ЄКТС.3.
- 2.8. П.І.Б лектора. Терещенко І.О.
- 2.9. Заплановані результати навчання.

Формування у майбутніх фахівців сучасної системи поглядів та спеціальних знань з менеджменту та маркетингу, набуття практичних навичок щодо: управління виробничими процесами, підприємством, персоналом та фінансовими ресурсами, аналіз стану ринку, розробка товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики підприємства з метою формування ефективного попиту на продукцію підприємства з урахуванням потреб споживачів для забезпечення підвищення ефективності діяльності підприємства.

Вміти розробляти систему заходів на підприємстві з: організації, планування, мотивації, комунікації та контролю; проведення маркетингових досліджень, оцінки внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища, маркетингового комплексу та контролю маркетингової діяльності підприємства.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Сутність та методологічні основи менеджменту. Планування, як функції менеджменту. Організація, як функції менеджменту. Сутність мотивація як функції менеджменту. Особливості управління підприємством галузі тваринництва. Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Класифікація маркетингу. Характеристики маркетингу. Маркетингові дослідження. Особливості маркетингової діяльності підприємств в тваринництві

2.11. Рекомендована література.

1. Белявцев М. І. Маркетинговий менеджмент : [посібн.] / М. І. Белявцев. – К. : ЦУЛ, 2006. – 407 с.
2. Біловодська О. А. Маркетинговий менеджмент : [навч. посібн.] / О. А. Біловодська. – К. : Знання, 2010. – 332 с.
3. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент : [підруч.] / А. В. Войчак. – К. : КНЕУ, 1998. – 268 с.
4. Перебийніс В. І. Менеджмент і маркетинг : [посібн.] / В. І. Перебийніс. – Полтава : ПП «Говоров», 2007. – 344 с.
5. Крамаренко В. І. Маркетинг. Менеджмент: Анализ, планирование, внедрение, контроль : [посібн.] / В. І. Крамаренко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 258 с.
6. Баєва О. В. Основи менеджменту : [практикум] / О. В. Баєва. – К. : ЦУЛ, 2007. – 524 с.
7. Сухарський В. С. Менеджмент : [посібн.] / В. С. Сухарський. – Тернопіль : Астон, 2004. – 284 с.
8. Бутенко Н. В. Маркетинг : [підруч.] / Н. В. Бутенко – КИЇВ : «Атіка», 2006. – 300 с.
9. Маркетинг : [підруч.] / [А. О. Старостіна, Н. П. Гончарова, Є. В. Крикавський та ін.]; за ред. А. О. Старостіної. – К. : Знання, 2009. – 1070 с.

10. Ромат Є. В. Маркетинг : [опор. консп. лекцій] / Є. В. Ромат, А.І. Зіміна, Н. А. Даниленко. – Київ : КНТЕУ, 2013. – 159 с.

11. Белявцев М. И. Маркетинг. [Електронний ресурс] / М. И. Белявцев, Л. М. Иваненко. – Донецьк, 2003. – 340 с. – Режим доступу до методичних матеріалів : http://ef.donnu.edu.ua/emk/Data/Marketing/Up/Market_1.pdf. – Назва з титул. екрана.

12. Кендюхов О. В. Філософія маркетингу і суспільство споживання : початок нової цивілізації – початок кінця / О.В. Кендюхов. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vsve.ho.ua/index.php?name=filosof> – Назва з титул. екрана.

13. Комплекс маркетинга. [Електронний ресурс] // Свободнаяэнциклопедиямаркетинга. – 2010. – 27 января. – Режим доступу до сайту : <http://www.marketopedia.ru/6-kompleks-marketinga.html>. – Назва з титул. екрана.

14. Маркетинг журнал 4p.ru. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.4p.ru/main/theory/>

15. Маркетинг: дистанційний курс Тараса Григорчука <https://site/marketingdistance>

16. РБК. Исследованиярынков. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://research.rbc.ru/>

17. Траут Дж. Маркетинговыевойны / Джек Траут, Эл Райс. Пер. А. С. Жильцов. – СПб : Питер, 2004 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sottovoce.narod.ru/Lib/MarkWar.htm>

18. Электронныйучебник STATISTICA. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ww.statsoft.ru/>

19. Методичні рекомендації щодо самостійного вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг» для студентів напряму підготовки 6.090102 «ТВППТ» // І. О. Терещенко. – Полтава. – ПДАА, 2013.

20. Методичні рекомендації з виконання контрольних робіт для студентів заочної форми навчання з дисципліни «Менеджмент та маркетинг» для студентів напряму підготовки 6.090102 «ТВППТ» // І.О. Терещенко. – Полтава. – ПДАА, 2013.

2.12. Методи контролю.

Контроль за освоєнням дисципліни проводиться постійно і поділяється на три види: вхідний, поточний, підсумковий. Вхідний – за тестовими завданнями на знання основних економічних категорій в сфері соціального страхування. Поточний – проводиться у формі контрольних робіт, що складаються з теоретичних та практичних занять в розрізі тем, а також опитування на практичних заняттях, відпрацювання пропущених занять, тестування. Підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.