

Менеджмент і маркетинг у тваринництві

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:

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

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. Класифікація маркетингу

Тема 7. Характеристика маркетингу

Тема 8. Маркетингові дослідження

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 120 год, кількість кредитів 4,0

Форма семестрового контролю – залік