

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

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ



Розробник
Терещенко Іван –
доцент кафедри маркетингу,
к.е.н., доцент



Гарант ОПП
Слинько Віктор –
професор кафедри технології
виробництва продукції
тваринництва,
к.с.-г.н., доцент



Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	Менеджмент і маркетинг у тваринництві
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	204 «Технологія виробництва і переробки продукції тваринництва»
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	Правознавство, 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:

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. Стилi лiдерства, діловий етикет і протокол

Тема 5. Сутність маркетингу та його сучасна концепція

Тема 6. Класифікація маркетингу

Тема 7. Характеристика маркетингу

Тема 8. Маркетингові дослідження

Трудовість:

Загальна кількість годин 120 год, кількість кредитів 4,0

Форма семестрового контролю – залік

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Робоча навчальна програма.

Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин			
	денна форма			
	усього	у т. ч.		
		л	п	с.р.
Тема 1. Сутність та методологічні основи менеджменту	14	2	2	10
Тема 2. Закони, принципи, методи і функції менеджменту	16	2	4	10
Тема 3. Характеристика функцій менеджменту	14	2	2	10
Тема 4. Стили лідерства, діловий етикет і протокол	16	2	4	10
Тема 5. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	14	2	2	10
Тема 6. Класифікація маркетингу	16	2	4	10
Тема 7. Характеристика маркетингу	14	2	2	10
Тема 8. Маркетингові дослідження	16	2	4	10
Усього годин	120	16	24	80

Критерії оцінювання та засоби діагностики результатів навчання, форми поточного і підсумкового контролю

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання для поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

- виконання практичних завдань (мінімально 1 бал – максимально 5 бали): 1-2 бал – завдання розв'язане на задовільно із зауваженнями; 3-4 бали – завдання розв'язане на достатньому рівні із незначними зауваженнями; 5 бали – завдання розв'язане на високому рівні без зауважень.

- обговорення теоретичних питань (мінімально 1 бал – максимально 5 бали): 1-2 бал – відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення; 3-4 бали - 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; 5 бали – відповідь правильна, обґрунтована, осмислена та характеризує наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні.

- виконання завдань самостійної роботи (мінімально 1 бал – максимально 4 бали): 1-2 бал – завдання розв'язане на достатньому рівні із незначними зауваженнями; 3-4 бали – завдання розв'язане на високому рівні без зауважень.

Форма проведення підсумкового контролю – залік.

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання			Разом
	виконання практичних робіт	обговорення теоретичних питань	виконання завдань самостійної роботи	
Тема 1. Товари та послуги в маркетинговій діяльності	5	5	4	8
Тема 2. Ціна та якість товару	5	5	4	8
Тема 3. Конкурентоспроможність товару та її показники	5	5	4	8
Тема 4. Ринок товарів і послуг	5	5	4	8
Тема 5. Формування попиту на ринку окремого товару	5	5	4	8
Тема 6. Цільовий ринок товару і методика його вибору	5	5	4	8
Тема 7. Товарна політика підприємства	5	5	4	8
Тема 8. Життєвий цикл товару на ринку	-	-	2	8
Всього	35	35	30	100

Політика оцінювання

1. Академічна доброчесність:

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.

2. Система оцінювання:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Робота під час практичних занять:	70
виконання практичних робіт	35
обговорення теоретичних питань	35
Завдання самостійної роботи	30

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЕКТС	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
74 – 81	C	
64 – 73	D	задовільно
60 – 63	E	
35 – 59	FX	незадовільно
1 – 34	F	

Інформаційні джерела

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://webpromoexperts.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/arhive.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>