

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ В ТВАРИННИЦТВІ
Кафедра менеджменту та інформаційних технологій
Факультет біолого-технологічний

Семестр	7
Освітній ступінь	Бакалавр
Кількість кредитів ЄКТС	3
Форма контролю	Залік

Загальний опис дисципліни

Мета: забезпечення набуття здобувачами вищої освіти системи знань з концептуальних засад менеджменту та маркетингу та формування у майбутніх технологів у галузі виробництва та переробки продукції тваринництва сучасного управлінського та маркетингового мислення, розуміння концептуальних основ системного управління організаціями і виробничими галузями; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття адекватних управлінських рішень, забезпечення необхідного рівня підготовки спеціалістів технологічного профілю з питань менеджменту і маркетингу.

Завдання полягає у: освоєнні основних положень щодо менеджменту і маркетингу в тваринництві й набуття умінь та навичок використання їх інструментів та технологій в ринковій діяльності організації. Результати навчання за навчальною дисципліною **знати:** сутність основних понять і категорій менеджменту та маркетингу в тваринництві; функції менеджменту і маркетингу в тваринництві; суть організації та взаємозв'язку її внутрішніх елементів та зовнішнього середовища в галузі тваринництва; систему методів управління в галузі тваринництва; зміст процесів й технології управління та маркетингу в тваринництві; основи планування, здійснення мотивування та контролювання в галузі тваринництва; організацію взаємодії та повноважень на підприємствах галузі тваринництва; зміст та характеристику основних типів організаційних структур управління на підприємствах галузі тваринництва; показники ефективності системи менеджменту та маркетингу на підприємствах галузі тваринництва; сутність основних інструментів маркетингу, що використовуються підприємствами галузі тваринництва; **вміти** : визначати місії та цілі організації, будувати "дерево цілей" діяльності галузі чи структурного підрозділу; планувати діяльність галузі і персоналу; аналізувати та будувати різні типи організаційних структур управління організацій, методика розробки організаційних документів (статуту, положень про структурні підрозділи, посадових інструкцій); здійснювати делегування; підбір кваліфікованих кадрів; використовувати новітні методи управління колективом; застосовувати заходи матеріального і морального стимулювання; забезпечувати трудову і виробничу дисципліну; здійснювати окремі види менеджерської діяльності та визначати її результативність під час виробництва продукції тваринництва та її переробки; визначати попит ринку на окремі види продукції тваринництва та її переробки; визначати потенційну ємкість ринку і можливості конкурентів в галузі виробництва продукції тваринництва та її переробки; характеризувати суть, функції та складові маркетингу, стратегічного планування та контролю за реалізацією продукції тваринництва та її переробки; забезпечувати первинну обробку та реалізацію продукції тваринництва та її переробки, позиціонування товару, ціноутворення, стимулювання збуту на внутрішньому та зовнішньому ринках; планувати та організовувати маркетингові заходи в галузі виробництва та переробки продукції тваринництва.

Загальні компетентності: здатність до вибору стратегії спілкування; здатність працювати в команді; навички міжособистісної взаємодії.

Фахові компетентності : здатність застосовувати базові знання з економіки, організації та менеджменту у виробництві та переробці продукції тваринництва

Програмні результати навчання: наслідувати основні принципи економіки, організації та менеджменту у виробництві та переробці продукції тваринництва.

Зміст за темами

1. Предмет та еволюція менеджменту в галузі тваринництва.
2. Управління виробничо-господарськими організаціями в галузі тваринництва.
3. Функції менеджменту в тваринництві.
4. Управління персоналом та оцінювання результатів діяльності менеджерів в галузі тваринництва.
5. Маркетингове середовище підприємств галузі тваринництва.
6. Система маркетингу в галузі тваринництва.