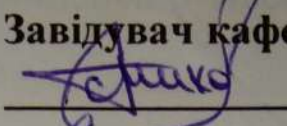


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту

Завідувач кафедри менеджменту  
  
\_\_\_\_\_ А.М. Михайлов  
« 9 » \_\_\_\_\_ 06 \_\_\_\_\_ 2020 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ (СИЛАБУС)

2.1.13 Менеджмент і маркетинг

**Спеціальність:** 204 «Технологія виробництва і переробки продукції тваринництва»

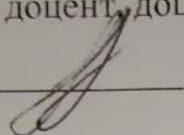
**Освітня програма:** Технологія виробництва і переробки продукції тваринництва

**Факультет:** біолого-технологічний

2020 – 2021 навчальний рік

Робоча програма з дисципліни «Менеджмент і маркетинг» для студентів за спеціальністю 204 «Технологія виробництва і переробки продукції тваринництва».

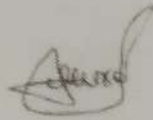
Розробник: к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту

Хромушина Л.А. 

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри менеджменту

Протокол від 12.06.2020 р. № 9

Завідувач кафедри



Михайлов А.М.

**Погоджено:**

Гарант освітньої програми



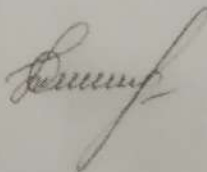
О.Г. Бордунова

Декан біолого-технологічного факультету



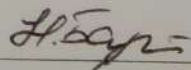
В.І. Опара

Декан факультету економіки і менеджменту



Н.І. Строченко

Методист відділу якості освіти, ліцензування та акредитації

 (\_\_\_\_\_)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 27.07 2020 р.

© СНАУ, 2020 рік

© Хромушина Л.А., 2020 рік

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	<i>Галузь знань:</i> 20 <i>Аграрні науки та продовольство</i>	<i>Нормативна</i>	
Модулів – 2		<b>Рік підготовки:</b> 2020-2021-й   2020-2021-й	
Змістових модулів - 4	<i>Спеціальність:</i> 204 <i>Технологія виробництва і переробки продукції тваринництва</i>	<b>Курс</b>	
		4, 2 с.т.	5
Загальна кількість годин – 90		<b>Семестр</b>	
		8	9
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 1,7 самостійної роботи студента – 3,3	<i>Освітній ступінь:</i> <i>бакалавр</i>	<b>Лекції</b>	
		14 год.	4 год.
		<b>Практичні</b>	
		16 год.	6 год.
		<b>Самостійна робота</b>	
		60 год.	80 год.
		<b>Вид контролю:</b>	
		<b>залік</b>	<b>залік</b>

### Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить (%):

для денної форми навчання - 33/67 (30/60)

для заочної форми навчання - 11/89 (10/80)

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета:** формування системи базових знань з менеджменту і маркетингу та здатності їх застосування у виробництві та переробці продукції тваринництва.

**Завдання:** засвоєння теоретико-методичних основ з менеджменту і маркетингу; набуття вмінь прийняття рішень на рівні менеджменту, організації маркетингової діяльності; формування комунікацій в менеджменті та маркетингу.

**У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:**

**знати:** сутність, наукові принципи, види та функції менеджменту; основні комунікації в менеджменті; сутність соціальної відповідальності та ділової етики в менеджменті; сутність маркетингу та маркетингових досліджень; сутність та особливості маркетингових комунікацій.

**вміти:** застосовувати наукові принципи менеджменту у практичній діяльності; забезпечувати дієвість функцій менеджменту у процесі виробництва та переробки продукції тваринництва; налагоджувати, застосовувати комунікації в менеджменті; дотримуватися ділової етики та принципів соціальної відповідальності; використовувати маркетингову інформацію у процесі маркетингових досліджень; застосовувати комплекс маркетингових комунікацій.

## 3. Програма навчальної дисципліни

*(Затверджено Вченою радою СНАУ, протокол № 6 від 26.12.2017 р.)*

**Змістовий модуль 1. Теоретичні основи системи менеджменту організації.**

**Тема 1. Сутність, принципи та види менеджменту.**

Сутність менеджменту. Менеджмент як наука, практика та мистецтво. Наукові принципи менеджменту. Рівні управління та прийняття управлінських рішень. Типи організаційних структур: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична. Характеристика основних видів менеджменту. Групи менеджерів. Ділові якості менеджера.

**Тема 2. Класифікація та загальна характеристика функцій у системі менеджменту.**

Поняття і класифікація функцій менеджменту. Сутність і значення функції «планування». Сутність і значення функції «організація». Сутність і значення функції «мотивація». Сутність і значення функції «контроль». Специфічні функції менеджменту.

**Змістовий модуль 2. Комунікації та соціальна відповідальність в менеджменті.**

**Тема 3. Комунікації в менеджменті.**

Поняття і роль комунікації. Види і форми комунікації. Процес комунікації в менеджменті. Види і форми ділового спілкування. Техніка публічного виступу. Бар'єри на шляху поширення та сприйняття інформації.

**Тема 4. Соціальна відповідальність та етика в менеджменті.**

Поняття соціальної відповідальності та її форми. Напрямки соціальної відповідальності. Концепція заінтересованих сторін. Етика та діловий етикет в менеджменті. Організаційна культура як елемент ділового життя організації.

**Змістовий модуль 3. Сутність маркетингу та маркетингові дослідження.**

**Тема 5. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.**

Сутність та основні поняття маркетингу. Взаємозв'язок основних понять маркетингу. Походження та еволюція концепції маркетингу. Принципи, функції та комплекс інструментів маркетингу. Види маркетингу.

**Тема 6. Маркетингові дослідження.**

Сутність та система маркетингових досліджень. Маркетингова інформація. Види маркетингових досліджень. Навколишнє бізнес-середовище та мікросередовище підприємства як об'єкти маркетингових досліджень. Маркетингові дослідження ринку та підприємства. Сегментація ринку. Позичування товару.

**Змістовий модуль 4. Маркетингова політика та маркетингові комунікації.**

**Тема 7. Маркетингова політика та маркетингові комунікації.**

Сутність маркетингової товарної та цінової політики. Життєвий цикл продукції. Конкурентоспроможність продукції: сутність та фактори, що її визначають. Сутність маркетингових комунікацій. Завдання маркетингових комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій: реклама, пропаганда, стимулювання збуту, персональний продаж, прямий маркетинг. Переваги та недоліки засобів впливу маркетингової комунікації.

**4. Структура навчальної дисципліни**

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		лк	пз	лаб	інд	с.р.		лк	пз	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Модуль 1</b>												
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи системи менеджменту організації</b>												
<b>Тема 1.</b> Поняття, сутність, принципи та види менеджменту	16	2	2			12	15	1	2			12
<b>Тема 2.</b> Класифікація та загальна характеристика функцій у системі менеджменту.	7	2	2			3	8	1				7

<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>23</b>	<b>4</b>	<b>4</b>			<b>15</b>	<b>23</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			<b>19</b>
<i><b>Змістовий модуль 2. Комунікації та соціальна відповідальність в менеджменті</b></i>												
<b>Тема 3. Комунікації в менеджменті.</b>	<b>14</b>	2	2			10	<b>14</b>		2			12
<b>Тема 4. Соціальна відповідальність і етика в менеджменті.</b>	<b>9</b>	2	2			5	<b>9</b>					9
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>23</b>	<b>4</b>	<b>4</b>			<b>15</b>	<b>23</b>		<b>2</b>			<b>21</b>
<b>Модуль 2</b>												
<i><b>Змістовий модуль 3. Сутність маркетингу та маркетингові дослідження</b></i>												
<b>Тема 5. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.</b>	<b>11</b>	2	2			7	<b>11</b>					11
<b>Тема 6. Маркетингові дослідження.</b>	<b>12</b>	2	2			8	<b>12</b>					12
<b>Разом за змістовим модулем 3</b>	<b>23</b>	<b>4</b>	<b>4</b>			<b>15</b>	<b>23</b>					<b>23</b>
<i><b>Змістовий модуль 4. Маркетингова політика та маркетингові комунікації</b></i>												
<b>Тема 7. Маркетингова політика та маркетингові комунікації.</b>	<b>21</b>	2	4			15	<b>21</b>	2	2			17
<b>Разом за змістовим модулем 4</b>	<b>21</b>	<b>2</b>	<b>4</b>			<b>15</b>	<b>21</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			<b>17</b>
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>14</b>	<b>16</b>			<b>60</b>	<b>90</b>	<b>4</b>	<b>6</b>			<b>80</b>

### 5. Теми та план лекційних занять (денна форма навчання)

№ з/п	Назва теми та план	Кількість годин
1	<b>Тема 1. Сутність, принципи та види менеджменту.</b> <b>План.</b> 1. Сутність менеджменту. 2. Наукові принципи менеджменту. 3. Рівні управління та прийняття управлінських рішень. 4. Типи організаційних структур: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична.	2
2	<b>Тема 2. Класифікація та загальна характеристика функцій у системі менеджменту.</b> <b>План.</b> 1. Поняття і класифікація функцій менеджменту. 2. Сутність і значення функції «планування». 3. Сутність і значення функції «організація». 4. Сутність і значення функції «мотивація».	2

	5.Сутність і значення функції «контроль».	
3	<b>Тема 3. Комунікації в менеджменті.</b> <b>План.</b> 1. Поняття і роль комунікації. 2. Види і форми комунікації. 3. Процес комунікації в менеджменті. 4. Види і форми ділового спілкування.	2
4	<b>Тема 4. Соціальна відповідальність та етика в менеджменті.</b> <b>План.</b> 1. Поняття соціальної відповідальності та її форми. 2. Напрямки соціальної відповідальності. 3. Концепція заінтересованих сторін. 4. Етика та діловий етикет в менеджменті.	2
5	<b>Тема 5.Сутність маркетингу та його сучасна концепція.</b> <b>План.</b> 1. Сутність та основні поняття маркетингу. 2. Принципи, функції та комплекс інструментів маркетингу. 3. Види маркетингу.	2
6	<b>Тема 6. Маркетингові дослідження.</b> <b>План.</b> 1. Сутність та система маркетингових досліджень. 2. Навколишнє бізнес-середовище та мікросередовище підприємства як об'єкти маркетингових досліджень 3. Сегментація ринку. Позичіонування товару.	2
7	<b>Тема 7. Маркетингова політика та маркетингові комунікації.</b> <b>План.</b> 1. Сутність маркетингової товарної та цінової політики. 2. Сутність маркетингових комунікацій. 3. Комплекс маркетингових комунікацій: реклама, пропаганда, стимулювання збуту, персональний продаж, прямий маркетинг.	2
<b>Разом</b>		<b>14</b>

**Теми та план лекційних занять**  
*(заочна форма навчання)*

№ з/п	Назва теми та план	Кількість годин
1	<b>Тема 1. Сутність, принципи, види та функції менеджменту.</b> <b>План.</b> 1. Сутність менеджменту. 2. Рівні управління та прийняття управлінських рішень. 3. Типи організаційних структур: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізіональна, матрична. 4. Поняття і класифікація функцій менеджменту	2
2	<b>Тема 2. Маркетингова політика та маркетингові комунікації.</b> <b>План.</b>	2

	1. Сутність маркетингової товарної та цінової політики. 2. Сутність маркетингових комунікацій. 3. Комплекс маркетингових комунікацій: реклама, пропаганда, стимулювання збуту, персональний продаж, прямий маркетинг.	
<b>Разом</b>		<b>4</b>

### **6. Теми практичних занять** (денна форма навчання)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Визначення ділових якостей особистості менеджера.	2
2	Розгляд практичних аспектів загальних та специфічних функцій менеджменту.	2
3	Оволодіння технікою публічного виступу та його підготовка.	2
4	Оцінка рівня організаційної культури організації	2
5	З'ясування особливостей застосування інструментів маркетингу у практичній діяльності підприємств	2
6	Аналіз бізнес-середовища організації.	2
7	Розгляд особливостей життєвого циклу продукції. Оцінка конкурентоспроможності продукції.	2
8	З'ясування особливостей функціонування маркетингових комунікацій.	2
<b>Разом</b>		<b>16</b>

### **Теми практичних занять** (заочна форма навчання)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Визначення ділових якостей особистості менеджера.	2
2	Оволодіння технікою публічного виступу та його підготовка.	2
3	З'ясування особливостей функціонування маркетингових комунікацій.	2
<b>Разом</b>		<b>6</b>

### **7. Самостійна робота** (денна форма навчання)

№ з/п	Назва теми та перелік питань	Кількість годин
1	<b>Поняття, сутність, принципи та види менеджменту.</b> Менеджмент як наука, практика та мистецтво. Характеристика основних видів менеджменту. Групи менеджерів. Ділові якості менеджера.	12
2	<b>Класифікація та загальна характеристика функцій у системі менеджменту.</b> Специфічні функції менеджменту.	3
3	<b>Комунікації в менеджменті.</b> Техніка публічного виступу. Бар'єри на шляху поширення та сприйняття інформації.	10



4	<b>Соціальна відповідальність і етика в менеджменті.</b> Організаційна культура як елемент ділового життя організації.	5
5	<b>Сутність маркетингу та його сучасна концепція.</b> Взаємозв'язок основних понять маркетингу. Походження та еволюція концепції маркетингу.	7
6	<b>Маркетингові дослідження.</b> Маркетингова інформація. Види маркетингових досліджень. Маркетингові дослідження ринку та підприємства.	8
7	<b>Маркетингова політика та маркетингові комунікації.</b> Життєвий цикл товару. Конкурентоспроможність продукції: сутність та фактори, що її визначають. Завдання маркетингових комунікацій. Переваги та недоліки засобів впливу маркетингової комунікації.	15
<b>Разом</b>		<b>60</b>

**Самостійна робота**  
(заочна форма навчання)

№ з/п	Назва теми та перелік питань	Кількість годин
1	<b>Поняття, сутність, принципи та види менеджменту.</b> Менеджмент як наука, практика та мистецтво. Характеристика основних видів менеджменту. Групи менеджерів. Ділові якості менеджера.	12
2	<b>Класифікація та загальна характеристика функцій у системі менеджменту.</b> Сутність і значення функції «планування». Сутність і значення функції «організація». Сутність і значення функції «мотивація». Сутність і значення функції «контроль». Специфічні функції менеджменту.	7
3	<b>Комунікації в менеджменті.</b> Поняття і роль комунікації. Види і форми комунікації. Процес комунікації в менеджменті. Види і форми ділового спілкування. Техніка публічного виступу. Бар'єри на шляху поширення та сприйняття інформації.	12
4	<b>Соціальна відповідальність і етика в менеджменті.</b> Поняття соціальної відповідальності та її форми. Напрямки соціальної відповідальності. Концепція заінтересованих сторін. Етика та діловий етикет в менеджменті. Організаційна культура як елемент ділового життя організації.	9
5	<b>Сутність маркетингу та його сучасна концепція.</b> Сутність та основні поняття маркетингу. Взаємозв'язок основних понять маркетингу. Походження та еволюція концепції маркетингу. Принципи, функції та комплекс інструментів маркетингу. Види маркетингу.	11
6	<b>Маркетингові дослідження.</b> Сутність та система маркетингових досліджень. Маркетингова інформація. Види маркетингових досліджень. Навколишнє бізнес-середовище та мікросередовище підприємства як об'єкти маркетингових досліджень. Маркетингові дослідження ринку та	12

	підприємства. Сегментація ринку. Позиціонування товару.	
7	<b>Маркетингова політика та маркетингові комунікації.</b> Життєвий цикл товару. Конкурентоспроможність продукції: сутність та фактори, що її визначають. Завдання маркетингових комунікацій. Переваги та недоліки засобів впливу маркетингової комунікації.	17
<b>Разом</b>		<b>80</b>

## 8. Методи навчання

### 1. Методи навчання за джерелом знань:

1.1. **Словесні:** розповідь, пояснення, бесіда (евристична і репродуктивна), лекція, робота з книгою (читання, переказ, виписування, конспектування, виготовлення таблиць, опорних конспектів тощо).

1.2. **Наочні:** демонстрація, ілюстрація, спостереження.

1.3. **Практичні:** практична робота, вправа.

### 2. Методи навчання за характером логіки пізнання.

2.1. **Аналітичний** (розклад цілого на частини з метою вивчення їх суттєвих ознак).

2.2. **Методи синтезу** (з'єднання виділених аналізом елементів чи властивостей предмета, явища в одне ціле).

2.3. **Індуктивний метод** (вивчення предметів чи явищ від одиничного до загального).

2.4. **Дедуктивний метод** (вивчення предметів чи явищ від загального до одиничного).

2.5. **Традуктивний метод** (висновки від загального до загального, від часткового до часткового, від одиничного до одиничного).

### 3. Методи навчання за характером та рівнем самостійної розумової діяльності студентів.

3.1. **Проблемний** (проблемно-інформаційний)

3.2. **Частково-пошуковий** (евристичний)

3.3. **Дослідницький**

3.4. **Репродуктивний** (можливість застосування вивченого на практиці).

3.5. **Пояснювально-демонстративний.**

**4. Активні методи навчання** - використання технічних засобів навчання, самооцінка знань, використання навчальних та контролюючих тестів, використання опорних конспектів лекцій.

**5. Інтерактивні технології навчання** - використання мультимедійних технологій, технологій візуалізації даних (презентації, навч. відео); використання сервісів «Quizizz», «Kahoot», «Padlet»; співробітництво студентів (кооперація).

## 9. Методи контролю

1. Рейтинговий контроль за 100-бальною шкалою оцінювання ЄКТС.

2. Проведення проміжного контролю протягом семестру (для денної форми навчання: проміжна атестація).

3. Полікритеріальна оцінка поточної роботи студентів:

- рівень знань, продемонстрований на практичних заняттях;

- активність під час обговорення питань, що винесені на заняття;

- експрес-контроль під час аудиторних занять;

- самостійне опрацювання теми в цілому чи окремих питань;
- підготовка доповідей;
- результати тестування;
- письмові завдання при проведенні контрольних робіт.

### 10. Розподіл балів, які отримують студенти (денна форма навчання)

Поточне тестування та самостійна робота							СРС	Разом за модулі та СРС	Атестація	Сума
Змістовий модуль 1 - 20 балів		Змістовий модуль 2 – 20балів		Змістовий модуль 3 – 20 балів		Змістовий модуль 4 - 10 балів				
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	15	85 (70+15)	15	100
10	10	10	10	10	10	10				

### Розподіл балів, які отримують студенти (заочна форма навчання)

Поточне тестування та самостійна робота							СРС	Разом за модулі та СРС	Сума
Змістовий модуль 1 - 20 балів		Змістовий модуль 2 – 20 балів		Змістовий модуль 3 – 20 балів		Змістовий модуль 4 - 10 балів			
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	30	100 (70+30)	100
10	10	10	10	10	10	10			

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою (залік)
90 – 100	<b>A</b>	зараховано
82-89	<b>B</b>	
75-81	<b>C</b>	
69-74	<b>D</b>	
60-68	<b>E</b>	
35-59	<b>FX</b>	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	<b>F</b>	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

### 11. Методичне забезпечення

1. Навчально-методичні матеріали на основі платформи Moodle. URL: <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=1635>.

2. Менеджмент і маркетинг. Методичні вказівки із самостійної для студентів 4 курсу напрямів підготовки 6.100202 «Процеси, машини та обладнання агропромислового виробництва» та 6.090102 «Технологія

виробництва і переробки продукції тваринництва» денної та заочної форми навчання. Суми, СНАУ, 2013.

3. Менеджмент і маркетинг («Менеджмент і маркетинг у рибництві». «Маркетинг і менеджмент у захисті рослин»). Навчальний посібник щодо самостійного вивчення теми «Маркетингова політика комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій» для студентів 4 курсу напрямів підготовки 6.090102 «Технологія виробництва і переробки продукції тваринництва», 6.100102 «Процеси, машини та обладнання агропромислового виробництва», 6.090201 «Рибальство» та 5 курсу спеціальності 8.09010501 «Захист рослин» / Т.І. Драбчук. Суми, 2014 р. 94 с.

## **12. Рекомендована література**

### **Базова**

1. Кожушко Л.Ф., Кузнецова Т.О., Судук О.Ю. Основи менеджменту і маркетингу: навч. посібн. Рівне: НУВГП, 2016. 291 с.

2. Шкільняк М.М, Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Крисько Ж.Л., Демків І.О. Менеджмент: навч. посібн. Тернопіль: Крок, 2017 р. 252 с.

3. Назарчук Т.В., Косіюк О.М. Менеджмент організацій: навч. посібн. К.: «Центр учбової літератури», 2016. 560 с.

4. Палеха Ю.І., Мошек Г.І. Основи менеджменту теорія і практика: навч. посібн. Київ: Ліра-К. 2018. 528 с.

5. Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю. Маркетинг: навч. посібн. 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.

6. Балацький Є.О., Бондаренко А.Ф. Маркетинг: навч. посібн. Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 397 с.

7. Жегус О. В., Парцирна Т.М. Маркетингові дослідження : навчальний посібник. Харків : ФОП Іванченко І.С., 2016. 237 с.

8. Маркетинг: навч. посібн. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. Київ.:«НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

### **Додаткова**

1. Свидрук І.І. Концептуально-методологічні основи розвитку креативного менеджменту національного господарства України: монографія. Львів: Растр-7, 2018. 450 с.

2. Бутко М.П. Виробничий менеджмент: підручник. Київ: ЦУЛ, 2015. 400 с.

## **13. Інформаційні ресурси**

1. Асоціація маркетингу в Україні. URL: <http://www.uam.in.ua>

2. Інформаційний сайт з маркетингової практики. URL: <http://www.management.com.ua>

3. Інтернет-портал для управлінців Management.com.ua. URL: <http://www.management.com.ua/about.php>