

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У ВЕТЕРИНАРНІЙ МЕДИЦИНІ

Кафедра технологій виробництва та переробки сільськогосподарської продукції імені академіка В.Г. Пелиха

Семестр	7
Освітній ступінь	бакалавр
Кількість кредитів ЄКТС	3,0
Форма контролю	залік
Викладач – канд. с.г. наук, доцент	Пелих Наталія Леонідівна

Загальний опис дисципліни

Мета: надання систематизованих знань та уявлень у сфері методологічних засад ветеринарного менеджменту. Основні завдання дисципліни включають формування цілісної системи сучасних управлінських поглядів та підходів до організації ветеринарного бізнесу та реалізації ветеринарних послуг та товарів

Завданням: оволодіти комплексом ветеринарно-санітарних заходів, що забезпечують здоров'я тварин і підвищення їх продуктивності, санітарну якість продуктів обов'язково.

Знати вимоги до менеджера ветеринарної медицини, методи управління економічним потенціалом ветеринарного підприємства менеджмент приватної ветеринарної практики, закономірності діяльності ринку ветеринарних товарів та послуг, ринкову структуру, маркетинг приватної ветеринарної практики

Вміти планувати, організовувати соціальний організм ветеринарного закладу чи підприємства, приводити в дію персонал ветеринарного закладу, зв'язувати та поєднувати дії та зусилля співробітників ветеринарних закладів для вирішення задач по забезпеченню здоров'я тварин та безпечності тваринницької продукції. Передбачати, стимулювати та регулювати попит на ветеринарні товари та послуги. Реалізувати ветеринарні послуги чи товари

Загальні компетентності: здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; застосовувати знання у практичних ситуаціях; проведення досліджень на відповідному рівні; приймати обґрунтовані рішення; оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт; прагнення до збереження навколишнього середовища.

Фахові компетентності: здатність здійснювати маркетинг і менеджмент ветеринарних засобів і послуг у ветеринарній медицині; розуміти особливості функціонування ветеринарного бізнесу; визначати джерела фінансування для проведення ветеринарно-санітарних заходів; спроможність визначати параметри ринкового позиціонування підприємств галузі та вчасно реагувати на зміни на ринку ветеринарних послуг. Здатність обчислювати ефективність ветеринарних заходів і можливі економічні збитки за допомогою сучасних методів, спеціальних методик і прийомів праці

Програмні результати навчання: пропонувати та знати структуру та процедури взаємодії використовувати доцільні інноваційні методи і підходи вирішення проблемних ситуацій професійного походження, знати принципи та методи маркетингу і менеджменту ветеринарних засобів і послуг у ветеринарній медицині, знати правила та вимоги біобезпеки, біоетики та добробуту тварин, здійснювати просвітницьку діяльність серед працівників галузі та населення.

Зміст за темами

1. Введення в дисципліну менеджмент та маркетинг у ветеринарній медицині
2. Управління інфекційним процесом
3. Управління епізоотичним процесом
4. Організування профілактичних (протиепізоотичних) заходів
5. Функції ветеринарного менеджменту
6. Управління часом (тайм-менеджмент)
7. Маркетингові дослідження, як важливий елемент управління системою ветеринарних засобів
8. Сегментування ринку та позиціонування товару дослідження систем управління та їх класифікація
9. Узагальнення та підведення підсумків з дисципліни менеджмент та маркетинг у ветеринарній медицині