


МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ
Кафедра менеджменту та маркетингу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Перший проректор

 Дмитро БАБЕНКО

« 04 » 09 2024 р.

Гарант освітньої програми

 Михайло ГИЛЬ

« 15 » 06 2024 р.

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

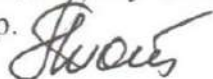
«Менеджмент і маркетинг у біотехнологіях»

Галузь знань	16 «Хімічна інженерія та біоінженерія»
Спеціальність	162 «Біотехнології та біоінженерія»
Освітньо-професійна програма	Освітньо-професійна програма підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 162 «Біотехнології та біоінженерія» галузі знань 16 «Хімічна інженерія та біоінженерія»
Освітній ступінь	Магістр
Семестр	3
Форма здобуття освіти	денна
Викладач	Федосєєва Г.С., д-р екон. наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу, fedosieieva@mnaue.edu.ua

Розглянуто на засіданні кафедри менеджменту та маркетингу.

Протокол №13 від «13» червня 2024р.

Завідувач кафедри



Анастасія ПОЛТОРАК

Схвалено науково-методичною комісією факультету менеджменту.

Протокол №11 від «20» червня 2024р.

Голова науково-методичної комісії

Ганна ТАБАЦКОВА



Схвалено на засіданні вченої ради факультету ТВППТСБ

Протокол №13 від «25» червня 2024 року.

Голова вченої ради



Михайло ГИЛЬ

Миколаїв
2024

1



<p>1.Призначення навчальної дисципліни</p>	<p>Дисципліна «Менеджмент і маркетинг у біотехнологіях» є обов'язковою компонентою освітньої програми підготовки магістрів за спеціальністю 162 «Біотехнології та біоінженерія», здатних здійснювати професійну діяльність на основі засвоєння базових управлінських понять та принципів, виконувати дослідження та аналіз процесів формування та ефективного функціонування системи менеджменту та маркетингу, а також процесів, що їх забезпечують, з метою прийняття ефективних управлінських рішень.</p>
<p>2.Мета навчальної дисципліни</p>	<p><i>Метою</i> вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг у біотехнологіях» є досконале опанування майбутніми фахівцями науково-методичними знаннями та управлінськими навичками в сфері менеджменту в цілому та у розрізі його окремих функцій (планування, організації, мотивації та контролю) зокрема, так само як і в розрізі елементів комплексу маркетингу (товару, ціни, розподілу і просування).</p> <p><i>Завданнями вивчення дисципліни є:</i> ознайомлення з теоретичними основами менеджменту та маркетингу, вивчення головних понять та категорій дисципліни; виявлення особливостей та основних підходів до прийняття управлінських рішень; вивчення принципів, методів, функцій та інструментарію в системі менеджменту та маркетингу; вивчення властивостей компонентів системи менеджменту та маркетингу з позиції її цілісності; розкриття особливостей бізнес-етикету та ділового спілкування; ознайомлення зі шляхами забезпечення ефективного менеджменту та маркетингу на підприємстві.</p> <p><i>Предмет дисципліни</i> – загальні закономірності, принципи формування, функціонування та розвитку системи управління організацією в ринкових умовах.</p> <p><i>Об'єкт</i> дисципліни – система відносин, що виникають в процесі управління роботою суб'єктів господарювання в ринкових умовах.</p>

3. Компетентності	<p>Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми біотехнологій та біоінженерії, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.</p> <p>Загальні компетентності: К 3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети. К 5. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>Спеціальні (фахові) компетентності: К 16. Здатність застосовувати проблемно-орієнтовані методи аналізу та оптимізації біотехнологічних процесів, управління виробництвом, мати навички практичного впровадження наукових розробок.</p> <p>Додаткові спеціальні компетентності: К 18. Здатність організувати виробництво і управляти біотехнологічними процесами в умовах промислового виробництва та науково-дослідних лабораторій.</p>
--------------------------	---

<p>4. Програмні результати навчальної дисципліни</p>	<p>Програмні результати навчання:</p> <p>ПР 3. Здійснювати техніко-економічні розрахунки проектно-конструкторських рішень та аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки на коротко- та довгострокову перспективу.</p> <p>ПР 8. Планувати та управляти науково-дослідними, науково-технічними та/або виробничими проектами у галузі біотехнології, базуючись на сучасних тенденціях розвитку науки, техніки та суспільства.</p> <p>ПР 11. Вільно спілкуватися усно і письмово державною та іноземною мовами, обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, інновації та/або управління виробництвом і біотехнології.</p> <p>Додаткові програмні результати:</p> <p>ПР 15. Мати навички розробки та реалізації маркетингових програм і стратегій, аналізу та оцінювання варіантів просування біотехнологічної продукції до споживача, встановлення оптимальних цін на неї.</p> <p>ПР 17. Оцінювати, аналізувати та обирати варіанти рішень з управління складними біотехнологічними процесами з урахуванням цілей, обмежень, прогнозів та ризиків.</p>
---	--

5.Опис навчальної дисципліни	Всього годин/кредитів за навчальним планом, з них: – лекції – практичні заняття – самостійна робота	90 годин/ 3,0 кредити 14 години/ 0,47 кредити 26 годин/ 0,87 кредити 50 годин/ 1,66 кредити		
Календарний план*				
№ з/п	Найменування тем	Розподіл навчального часу, годин		
		лк	пз	ср
Змістовий модуль 1 (46 год.)				
1.	Вступ до дисципліни. Еволюція менеджменту	1	2	4
2.	Суть менеджменту і його особливості в біотехнологіях	1	2	4
3.	Поняття організації як соціально-економічної системи	1	2	4
4.	Функції менеджменту	1	2	4
5.	Зв'язуючі процеси в менеджменті	1	2	4
6.	Управління персоналом	1	2	3
7.	Оцінювання результатів діяльності менеджерів	1	2	2
Змістовий модуль 2 (44 год.)				
8.	Суть і зміст маркетингу	1	2	4
9.	Розвиток маркетингових процесів в Україні	1	2	4
10.	Процес управління маркетингом	1	2	4
11.	Маркетингова товарна політика	1	2	4
12.	Система маркетингу	1	2	4
13.	Маркетингова цінова політика	1	1	3
14.	Маркетингова політика розподілу та просування продукції	1	1	2
Всього (90 год., 100%)		14	26	50
*Примітка. Проведення видів занять здійснюється відповідно до графіку освітнього процесу				

<p>6. Порядок та критерії оцінювання</p>	<p>Оцінювання здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Миколаївському національному аграрному університеті, Положення про порядок оцінювання здобувачів вищої освіти у Миколаївському національному аграрному університеті.</p> <p>Оцінювання результатів навчання здійснюється за відповідними формами організації освітнього процесу, а саме: поточний та підсумковий контроль знань здобувачів вищої освіти. Порядок зарахування пропущених здобувачем вищої освіти лекційних занять (у разі хвороби або без причини) відбувається у формі усного опитування на консультаціях, які проводяться відповідно до встановленого графіку на кафедрі, а при пропуску практичного заняття (у разі хвороби або без причини) Виконуються практичні завдання (10 балів за всі завдання) та самостійні (індивідуальні завдання (7 - 14 балів), тестування у moodle (7 – 14 балів за всі тести), опрацювання тем з урахуванням написання за бажанням (замість опрацювання тем у 2 змістовому модулі) тез, статті, наукової роботи або отримання за бажанням сертифікату проходження онлайн-курсу в межах неформальної освіти (7 – 12 балів).</p> <p>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти під час формальної, неформальної, інформальної, дистанційної і змішаної освіти проводиться за такими критеріями: розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються, повнота і правильність відповіді, застосування фахової термінології, своєчасність здачі завдань.</p> <p>Рейтингова оцінка знань. Відрізняється від традиційної більш широким інтервалом балів, які диференційовані відповідно до складності матеріалу, що контролюється його об'ємом, рівнем самостійності освоєння тощо. Форма підсумкового контролю – залік н. Здобувачі вищої освіти, що набрали менше 36 балів до заліку не допускаються. До складання заліку такі здобувачі вищої освіти можуть бути допущені тільки після того, як наберуть необхідну кількість балів. За всі види робіт впродовж семестру (тести, опитування, самостійну контрольну роботу, сертифікат проходження онлайн-курсу тощо) здобувач вищої освіти може отримати від 36 до 60 балів. Оцінювання виконується за бальною методикою ЄКТС. Зарахування пропущених занять здійснюється після їх відпрацювання з НПП за розкладом консультацій.</p>
<p align="center">Поточний і підсумковий контроль знань здобувачів вищої освіти</p>	

№ змістового модулю	Кількість годин		Форма контролю	Кількість заходів	Оцінка		Сума	
	ЛК	ПЗ			min	max	min	max
1	7	14	Аудиторна робота: – опитування на практичних заняттях;	5	1	2	5	10
			- рішення задач по модулю;	5	1,2	1,2	6	6
			Самотійна робота: – індивідуальні завдання;	7	0,5	1	3,5	7
			– тестування в moodle;	7	0,5	1	3,5	7
			Разом:				18	30
2	7	12	Аудиторна робота: – опитування на практичних заняттях;	7	1	1,7	7	12
			- рішення задач по модулю;	8	0,5	0,5	4	4
			Самотійна робота: – індивідуальні завдання;	5	0,5	1	3,5	7
			– тестування в moodle;	7	0,5	1	3,5	7
			Разом:				18	14
Поточний контроль знань							36	60
Підсумковий контроль знань (екзамен)							24	40
Всього по дисципліні							60	100

Неформальна освіта (тренінги, майстер-класи, семінари, майстерні, дистанційні курси, вебінари) доповнює формальні освітні заходи, допомагає швидко і вчасно отримати необхідні знання відповідно до потреб тут і зараз. Здобувач має право самостійно обирати напрям і вид неформальних освітніх заходів, які оцінюються в залежності від специфіки неформального заходу, обсягу годин та кредитів ECTS. Оцінка цих результатів відбувається за наявності документального підтвердження (сертифікат, свідоцтво тощо). Перезарахування дисципліни або окремих тем відбувається за бажання здобувача на підставі нормативної внутрішньої документації та Положень МНАУ.

Перелік тем наукової роботи здобувачів вищої освіти

1. Управління змінами на підприємстві (в організації).
2. Розробка конкурентної політики підприємства (організації).
3. Удосконалення процесу управління витратами підприємства.
4. Удосконалення системи стратегічного управління на підприємстві (в організації).

5. Формування та вдосконалення організаційно-економічних важелів управління якістю продукції (послуг) на підприємстві (в організації).
6. Удосконалення системи управління використанням виробничих ресурсів на підприємстві (в організації).
7. Організаційна культура як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства.
8. Формування (умови, шляхи та засоби) позитивного іміджу сучасного керівника.
9. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства на засадах диверсифікації діяльності.
10. Удосконалення управління персоналом підприємства на засадах контролінгу.

Наукова робота здійснюється в межах роботи наукового гуртка «Професійний менеджмент у кризових умовах розвитку держави».

Передбачені інформальні освітні заходи під час виконання самостійної і індивідуальної роботи здобувачами вищої освіти (самоосвіта, написання контрольної роботи, підготовка до занять і екзамену) за темами, що вивчаються дисципліною «Менеджмент та маркетинг у біотехнологіях».

Можливості набуття програмних результатів **в умовах інклюзивної освіти** передбачають виконання у повному обсязі всіх видів завдань особами з особливими освітніми потребами.

Для змішаної і дистанційної форми навчання завдання розміщені у Moodle. Виконані завдання надсилаються викладачеві на електронну пошту timofany@ukr.net для перевірки і оцінювання. Критерії оцінки онлайн і офлайн навчання однакові.

Загальна шкала оцінювання ECTS за результатами курсу (залік)

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
90 - 100	A	відміно	зараховано
82 - 89	B	добре	
75 - 81	C		
64 - 74	D	задовільно	не зараховано
60 - 63	E		
35 - 59	FX	не задовільно з можливістю повторного складання	
0 - 34	F	не задовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	

*Оцінки FX і F у залікову книжку здобувача вищої освіти не виставляються відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у МНАУ.

<p>7. Політика курсу</p>	<p>Політика курсу визначається системою вимог, які пред'являються до здобувача вищої освіти при вивченні дисципліни та ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Дотримуватися етики поведінки, яка прописана у Кодексі академічної доброчесності у Миколаївському національному аграрному університеті. Пропущені заняття відпрацьовувати відповідно затвердженого графіку консультацій. Академічна недоброчесність є несумісною з принципами викладання курсу. Основні принципи проведення занять:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відкритість до нових та неординарних ідей, толерантність, доброзичлива партнерська атмосфера взаєморозуміння та творчого розвитку; - усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін; - різні моделі роботи на заняттях, у тому числі робота над вирішенням завдань дає можливість здобувачам вищої освіти якнайширше розкрити свій власний потенціал, навчитись довіряти своїм партнерам, розвинути навички інтелектуальної роботи в команді; - курс передбачає інтенсивне використання мобільних технологій навчання, що дає можливість здобувачам вищої освіти та викладачеві спілкуватись один з одним у будь-який зручний для них (робочий) час, а для здобувачів вищої освіти, які відсутні на заняттях, отримати необхідну навчальну інформацію та представити виконані завдання; - протягом усього курсу активно розвиваються автономні навички здобувачів вищої освіти, які можуть підготувати додаткову інформацію за темою, що не увійшла до переліку тем практичних занять змістових модулів та виступити з презентацією чи інформуванням додатково.
<p>8. Інформаційні джерела</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Shebanina O., Golubeva O., Burkovska A., Radzevicius G. The investment in the meat sector in the context of food security in Ukraine. <i>Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development</i>. 2020. № 40(3). С. 393-402. 2. Бурковська А. І. Основи менеджменту: методичні вказівки та завдання для проведення практичних занять та самостійної роботи для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Молодший бакалавр» початкового рівня (короткий цикл) спеціальності 122 «Комп'ютерні науки» денної форми навчання. МНАУ, 2021. 44 с. 3. Бурковська А. І. Менеджмент : метод. реком. для виконання практичних робіт для здобувачів першого

- (бакалаврського) рівня вищої освіти ОПП «Менеджмент» спеціальності 073 «Менеджмент», ОПП «Публічне управління та адміністрування» спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» денної форми здобуття вищої освіти / уклад. А. І. Бурковська. Миколаїв : МНАУ, 2022. 66 с.
4. Бурковська А. І. Менеджмент : метод. реком. для виконання самостійних робіт для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОПП «Менеджмент» спеціальності 073 «Менеджмент», ОПП «Публічне управління та адміністрування» спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування», ОПП «Облік і оподаткування» спеціальності 071 «Облік і оподаткування» заочної форми здобуття вищої освіти / уклад. А. І. Бурковська. Миколаїв : МНАУ, 2022. 65 с.
5. Shebanina O., Klyuchnik A., Burkovska A., Caruso D., Burkovska A. Providing labor income as a supporting factor of the food security. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2020. № 40(4). С. 597-608.
6. Shebanina O., Burkovska A. Approaches to the Installation of the Subsistence Level in the Context of the Food Security in Ukraine. *Journal of Economics and Management Sciences*. 2020. № 1(2). С. 122-128.
7. Burkovska A., Ciccullo F., Shebanina O., Lunkina T., Burkovska A. Modeling the System of Social Stability Through the Food Safety Paradigm. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2019. № 41(4). С. 474-486.
8. Податковий кодекс України : закон України від 02.12.2010 р. №2755–VI. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 01.05.2020).
9. Митний кодекс України : закон України від 13.03.2012 р. № 4495-VI. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> (дата звернення: 01.05.2020).
10. Бюджетний кодекс України : закон України від 08.07.2010 р. № 2456-VI. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> (дата звернення: 01.05.2020).
11. Михайлов С. І. Менеджмент : підручник. Вінниця: НОВА КНИГА, 2022. 416 с.
12. Мазаракі А.А., Мошек Г. Є., Гомба Л. Л., Погодаєв І. К., Поканевич Ю. В., Семенчук Н. В. Менеджмент : теорія і практика [навч. посібн.]. К. : Атіка, 2017. 564 с.

	<p>13. Тарнавська Н. П., Пушкар Р. М. Менеджмент : теорія та практика. Тернопіль : Карт-бланш, 2020. 490 с.</p> <p>14. Хомяков В.І. Менеджмент підприємства. — 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: Кондор, 2022. 434 с.</p> <p>15. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: http://sfs.gov.ua/.</p>
9. Інтеграція здобувачів вищої освіти з особливими освітніми потребами	Для навчання, професійної підготовки або перепідготовки осіб з особливими освітніми потребами застосовуються види та форми здобуття освіти, що враховують їхні потреби та індивідуальні можливості. В університеті є пандус, кнопка виклику, а також особа, яка безпосередньо забезпечує інтеграцію здобувачів вищої освіти з особливими освітніми потребами. Для здобувачів вищої освіти із особливими освітніми потребами забезпечується доступність навчання, у т. ч. за допомогою системи Moodle (https://moodle.mnau.edu.ua/course/view.php?id=914).
10. Доступ до матеріалів навчання	Робоча програма дисципліни, її силабус та навчально-методичний комплекс дисципліни з необхідним його наповненням розташовано на офіційних ресурсах Миколаївського національного аграрного університету: https://moodle.mnau.edu.ua/course/view.php?id=914

Силабус навчальної дисципліни розроблено:

д-р екон наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу



Ганна Федоссева

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

«ПОГОДЖЕНО»

Декан факультету ТВППТСБ
Михайло ГИЛЬ

« 05 » 06 2024 р.

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Перший проректор

Дмитро БАБЕНКО

« 05 » 09 2024 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У БІОТЕХНОЛОГІЯХ»**

Освітньо-професійна програма «Біотехнології та біоінженерія»
для здобувачів другого (магістерського) рівня 2-го року
очної (денної) форми навчання
на 2024-2025 навчальний рік

Освітній ступінь - Магістр

Галузь знань 16 «Хімічна інженерія та біоінженерія»

Спеціальність 162 «Біотехнології та біоінженерія»

Мова навчання: українська

Миколаїв
2024

ПЕРЕДМОВА

Програма відповідає вимогам Освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти «Біотехнології та біоінженерія», затвердженою Вченою радою Миколаївського національного аграрного університету 28.02.2023 р. (протокол №7), чинної згідно наказу по університету №38-О від 03.03.2023р.

Розроблено: доктор економічних наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Миколаївського національного аграрного університету Г.С. Федосєєва

Розглянуто: на засіданні кафедри менеджменту та маркетингу факультету менеджменту Миколаївського національного аграрного університету завідувач кафедри, д-р екон. наук, професор А. С. Полторак

протокол №13 від «13» червня 2024р.

Схвалено: науково-методичною комісією факультету менеджменту Миколаївського національного аграрного університету

голова науково-методичної комісії, канд. екон. наук, старший викладач Г. В. Табацкова

протокол №11 від «20» червня 2024р.

 М. Лермак

1. Анотація

Біотехнологічні компанії потребують ефективного менеджменту для оптимізації процесів виробництва, досліджень та розробок, а також для забезпечення конкурентоспроможності на ринку. Маркетингова складова допомагає краще розуміти ринкові тенденції, потреби споживачів і просувати інноваційні біотехнологічні продукти та послуги. Ця дисципліна сприяє підготовці фахівців, здатних стратегічно планувати, управляти ресурсами і впроваджувати інновації в біотехнологічному секторі, що є критично важливим для розвитку сучасної економіки та вирішення глобальних проблем, таких як охорона здоров'я, екологія та продовольча безпека.

Даний курс складається з двох модулів. В першому розглядаються елементи організації та процесу управління у біотехнологіях, дається сутність менеджменту. Даний модуль присвячений вивченню основних функцій менеджменту та його пов'язаних процесів. В другому модулі розглядаються зміст маркетингу, основні маркетингові принципи, завдання, концепції та етапи процесу управління маркетингом, даються практичні аспекти використання маркетингу у біотехнологіях: розробка комплексу маркетингу (товарної, цінової, збутової політик та політики просування продукції на ринок) та заходи щодо його впровадження (планування та організація маркетингової діяльності).

Annotation

Biotechnology companies need effective management to optimize production, research and development processes, as well as to ensure competitiveness in the market. The marketing component helps to better understand market trends, consumer needs and promote innovative biotech products and services. This discipline contributes to the training of professionals capable of strategic planning, resource management and innovation in the biotechnology sector, which is critical to the development of the modern economy and solutions to global problems such as health, ecology and food security.

This course consists of two modules. In the first, the elements of the organization and management process in biotechnologies are considered, the essence of management is given. This module is devoted to the study of the main functions of management and its related processes. In the second module, the content of marketing, the main marketing principles, tasks, concepts and stages of the marketing management process are considered, practical aspects of the use of marketing in biotechnologies are given: the development of the marketing complex (commodity, price, sales policies and the policy of promoting products to the market) and measures for its implementation (planning and organization of marketing activities).

2. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У БІОТЕХНОЛОГІЯХ»

Галузь знань – 16 «Хімічна інженерія та біоінженерія»

Спеціальність 162 «Біотехнології та біоінженерія»

Освітній ступінь – «Магістр»

Кваліфікація: Магістр з біотехнологій та біоінженерії

Обов'язкова компонента

Семестр – 3

Кількість кредитів ECTS – 3

Кількість модулів – 1

Кількість змістових модулів – 2

Загальна кількість годин – 90 год.

Види навчальної діяльності та види навчальних занять, обсяг годин і кредитів:

лекції – 14 год./ 0,47 кред. ECTS

практичні заняття – 26 год./ 0,87 кред. ECTS

самостійна робота – 50 год./ 1,66 кред. ECTS

Форма підсумкового контрольного заходу – залік у 3 семестрі.

У процесі вивчення дисципліни застосовуються інноваційні педагогічні технології, а саме цілеспрямований системний набір прийомів, засобів організації навчальної діяльності, що охоплює весь процес навчання від визначення мети до одержання результатів: комп'ютерні презентації, тестові програми, технології майндмепінгу, система дистанційної освіти Moodle, технології CRAN, вбудовані в курс на платформі Moodle, ZOOM та інші.

Робоча програма щорічно оновлюється з урахуванням побажань та результатів опитування здобувачів вищої освіти, роботодавців та випускників ОПІ 162 «Біотехнології та біоінженерія».

Якісні зміни до робочої програми:

У 2024 р. порівняно з 2023 р. – зміни щодо змісту практичної аудиторної роботи здобувачів вищої освіти за темами 8, 12 (Додаток А).

Підстава: результати опитування здобувачів вищої освіти.

У процесі навчання всі учасники освітнього процесу зобов'язані дотримуватися принципів *академічної доброчесності* – сукупності етичних принципів та визначених правил провадження освітньої та наукової діяльності, які є обов'язковими для всіх учасників такої діяльності та мають на меті забезпечувати довіру до результатів навчання та наукової діяльності, з урахуванням вимог Закону України «Про вищу освіту», «Про освіту», методичних рекомендацій Міністерства освіти і науки України для закладів вищої освіти з підтримки принципів академічної доброчесності, Кодексу

академічної доброчесності у Миколаївському національному аграрному університеті та інших документів.

Усі академічні тексти (освітні та наукові) здобувачів вищої освіти обов'язково перевіряються щодо їх відповідності принципам академічної доброчесності, у т. ч. за допомогою програми Unichек.

Дотримання вимог академічної доброчесності під час створення академічних текстів

Автором (співавтором) освітнього (освітньо-наукового, наукового) твору є особа, яка зробила особистий інтелектуальний внесок до проведення дослідження, безпосередньо брала участь у його створенні та несе відповідальність за його зміст.

Під час оприлюднення освітнього (освітньо-наукового, наукового) твору мають бути зазначені всі його автори. Не допускається зазначити як автора освітнього (освітньо-наукового, наукового) твору особу, яка не відповідає критеріям, визначеним абзацом першим цієї частини. Якщо у проведенні дослідження або створенні освітнього (освітньо-наукового, наукового) твору брали участь інші особи, що не вказані як його автори, це має бути зазначено у творі із визначенням внеску кожної такої особи.

Освітній (освітньо-науковий, науковий) твір має містити достовірні відомості про використані методи, джерела даних, результати дослідження та отримані наукові (науково-технічні) результати.

Якщо під час проведення дослідження та/або створення освітнього (освітньо-наукового, наукового) твору були використані розробки, наукові (науково-технічні) результати, що належать іншим особам, це має бути зазначено в освітньому (освітньо-науковому, науковому) творі з посиланням на джерело їх оприлюднення.

Використання загальновідомих фактів чи ідей не потребує окремого зазначення.

Всі текстові запозичення, що використовуються в освітньому (освітньо-науковому, науковому) творі (окрім стандартних текстових кліше), мають бути позначені з посиланням на джерело запозичення.

Текстові запозичення мають бути позначені у спосіб, який дозволяє чітко відокремити їх від власного тексту автора (авторів).

У разі використання автором (авторами) власних, розробок, наукових (науково-технічних) результатів, які були оприлюднені раніше, він (вони) мають зазначити це в освітньому (освітньо-науковому, науковому) творі.

Дотримання вимог академічної доброчесності для здобувачів освіти

Здобувачі освіти зобов'язані виконувати вступні, навчальні, контрольні, кваліфікаційні, конкурсні та інші види завдань самостійно. Самостійність у виконанні завдання означає, що воно має бути виконане:

1) для індивідуальних завдань – особисто здобувачем, а для групових завдань – лише визначеною групою здобувачів, без втручання інших осіб, під керівництвом та контролем викладачів, що визначені як керівники, та

затверджені відповідно до нормативної документації закладу вищої освіти з урахуванням індивідуальних потреб і можливостей осіб з особливими освітніми потребами;

2) якщо умови або характер завдання передбачають обмеження у можливих джерелах інформації – без використання недозволених джерел інформації.

Здобувачі вищої освіти зобов'язані поважати гідність, права, свободи та законні інтереси всіх учасників освітнього процесу, дотримуватися етичних норм.

Дотримання вимог академічної доброчесності під час оцінювання

Оцінювання у сфері вищої освіти і науки відповідає вимогам об'єктивності, валідності та справедливості. Оцінювання є об'єктивним, якщо воно ґрунтується на заздалегідь визначених критеріях. Оцінювання є валідним, якщо воно здійснюється відповідно до критеріїв, що визначаються законодавством України та суб'єктом внутрішнього забезпечення якості освіти. Оцінювання є справедливим, якщо воно проводиться за відсутності конфлікту інтересів, дискримінації та неправомірного впливу на оцінювача.

Порядок перезарахування результатів неформальних і інформальних заходів проводить комісія, за зверненням здобувача.

Передбачені неформальні освітні заходи

Неформальна освіта доповнює формальні освітні заходи, допомагає швидко і вчасно отримати необхідні знання відповідно до потреб тут і зараз.

Форми неформальної освіти: очна (тренінги, майстер-класи, семінари, майстерні тощо), дистанційна (дистанційні курси, вебінари).

Де здобути: неурядові установи, приватні особи, платформи дистанційного навчання.

Здобувачам пропонується протягом вивчення дисципліни: індивідуальні завдання, участь у турнірах, вебінарах та семінарах з управлінської тематики, участь у відкритих лекціях, які проводять поза межами навчального процесу, проходження курсів з менеджменту. Здобувач має право самостійно обирати напрям і вид неформальних освітніх заходів. Оцінка цих результатів відбувається за наявності документального підтвердження (сертифікат, свідоцтво тощо). Перезарахування дисципліни або окремих тем відбувається за бажання здобувача на підставі нормативної внутрішньої документації та Положень МНАУ.

Здобувачам вищої освіти під час вивчення освітньої компоненти ОПП «**Біотехнології та біоінженерія**» пропонується пройти онлайн-курс «Менеджмент» за посиланням https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:NGU+MANAGEMENT101+2018_T1/about).

Передбачені інформальні освітні заходи.

Інформальна освіта передбачає самоорганізоване здобуття особою певних компетентностей, зокрема під час повсякденної діяльності, пов'язаної з професійною, громадською або іншою діяльністю, родиною чи дозвіллям. Така навчальна діяльність не обов'язково цілеспрямована та структурована, не

фіксується документально, але сприяє розширенню професійних знань та умінь і є однією з ключових компетентностей особистості.

Форми інформальної освіти: одноразові лекції, відеоуроки, медіа-консультації, спілкування у сім'ї, з колегами, читання спеціалізованих журналів, телебачення, відео, незаплановані випадкові бесіди.

Передбачається, що здобувач у ході життєвого досвіду має застосовувати здобуті знання та результати, наприклад, вивчаючи наступну тему чи готуючись до всіх видів робіт. І навпаки – здобувачі використовують життєві приклади для трансформації їх в освітній процес, зокрема щодо податкового обліку.

Оптимальним є поєднання традиційної формальної освіти, курсів, семінарів та інших заходів від неурядових установ, що дозволить швидко отримати потрібні знання та навички (неформальну освіту) та самоосвіту (інформальну).

Можливості набуття програмних результатів *в умовах інклюзивної освіти* передбачають виконання у повному обсязі всіх видів завдань особами з особливими освітніми потребами.

В університеті вхід облаштовано пандусом. Є кнопка виклику чергового. Є відповідальні особи, які організують освітній процес (декан, заступники декана, куратор).

Можливість дистанційного (або очно-дистанційного) навчання через:

- систему Moodle – лекційний матеріал, практичні завдання, напрями наукових досліджень, завдання на самостійне опрацювання;
- платформи онлайн-занять JitsiMeet та Zoom – для проведення індивідуальних практичних занять, консультацій тощо;
- електронний репозитарій МНАУ – для використання інформаційних матеріалів;
- аудіо- та відеоповідомлення з матеріалами, поясненнями особливостей завдань та напрямками їх виконання тощо;
- спілкування через електронну пошту (burkovskaai@mnaeu.edu.ua) та телефонний зв'язок;
- залучення до освітньо-наукових заходів в онлайн-режимі;
- індивідуальний підхід до викладення матеріалу навчальної дисципліни;
- можливість залучення до освітнього процесу куратора академічної групи та людини, яка знаходиться поряд зі здобувачем вищої освіти з особливими освітніми потребами (батьки, сестра, брат та інших).

Мовна підготовка.

Дисципліна викладається українською мовою. Водночас, з кожної теми виділено ключові слова, які здобувачі вивчають англійською мовою. Здобувачі мають можливість брати участь у вебінарах та наукових заходах англійською мовою.

Форми навчання.

Денна (дистанційна, змішана – за наказом по університету, наприклад, у зв'язку з дотриманням карантинних заходів). Освітній процес реалізується у таких формах: навчальні заняття (лекційні заняття, практичні заняття,

консультації), індивідуальні завдання, самостійна робота, контрольні заходи. У процесі вивчення дисципліни застосовуються інноваційні педагогічні технології, а саме цілеспрямований системний набір прийомів, засобів організації навчальної діяльності, що охоплює весь процес навчання від визначення мети до одержання результатів: комп'ютерні презентації, тестові програми, технології майндмепінгу, система дистанційної освіти Moodle, технології JeetSi, вбудовані в курс на платформі Moodle, ZOOM та інші.

Методи навчання: **пояснювально-ілюстративний** (усі лекції супроводжуються презентаціями; застосовуються освітні відеофільми); **інструктивно-репродуктивний** (практичні заняття і завдання); **проблемного викладу** (пізнавальні завдання, порівняння різних підходів); **частково-пошуковий** (пошук рішення висунутих у навчанні пізнавальних завдань); **дослідницький** (написання наукових статей, тез, науково-дослідної роботи).

Форми оцінювання.

Компетентнісно орієнтовані форми (поточний контроль знань: опитування на заняттях, виконання практичних завдань, контрольна робота, самостійна робота здобувачів вищої освіти (у т.ч. опрацювання окремих питань тем, тестування в Moodle, підготовка презентацій, підготовка тез доповіді на конференцію, підготовка наукової статті), підсумковий контроль знань – екзамен).

Академічна доброчесність

У процесі навчання всі учасники освітнього процесу зобов'язані дотримуватися принципів академічної доброчесності – сукупності етичних принципів та визначених правил провадження освітньої та наукової діяльності, які є обов'язковими для всіх учасників такої діяльності та мають на меті забезпечувати довіру до результатів навчання та наукової діяльності, з урахуванням вимог Закону України «Про вищу освіту», «Про освіту», методичних рекомендацій Міністерства освіти і науки України для закладів вищої освіти з підтримки принципів академічної доброчесності, Кодексу академічної доброчесності у Миколаївському національному аграрному університеті, який затверджений вченою радою університету 27 листопада 2018 р., протокол № 3, Положення про запобігання та виявлення академічного плагіату у Миколаївському національному аграрному університеті, яке затверджене вченою радою університету 24 листопада 2020 р., протокол № 4 та Положення про групу сприяння академічній доброчесності, яке затверджене вченою радою університету 26 січня 2021 р., протокол № 6.

Усі академічні тексти (освітні та наукові) здобувачів вищої освіти обов'язково перевіряються щодо їх відповідності принципам академічної доброчесності, у т. ч. за допомогою програми **Unicheck та ін.**

3. Мета та завдання навчальної дисципліни

Робоча програма ув'язана із законом України «Про вищу освіту», інструктивними вказівками Міністерства освіти України, відповідає нормативній програмі професійно-орієнтованих дисциплін, Положенню Миколаївського державного аграрного університету про структурно-модульну систему навчання, затвердженому рішенням вченої ради університету.

Мета курсу. У підготовці спеціалістів виробничого профілю, зокрема біотехнологів, в комплексі технічних, технологічних, загальносистемних, гуманітарних, соціально-економічних знань важливе значення мають знання з питань менеджменту та маркетингу - їх теорії і практики.

Менеджмент - це вид діяльності щодо керівництва людьми в різних організаціях, вміння ставити і добиватися поставленої мети, використовуючи працю, інтелект, мотиви поведінки всіх членів трудового колективу. З метою підвищення економічної ефективності біотехнологічного виробництва спеціалістам необхідні знання з управління людьми. Крім того, необхідно знати маркетингову концепцію управління виробництвом, орієнтовану на досягнення цілей організації шляхом найбільш повного забезпечення задоволення споживача. В конкурентній боротьбі перемагає той, хто більше знає, краще використовує виробничі ресурси і соціальні фактори, досягнення науково-технічного прогресу, хто краще управляє.

Отже, **мета курсу** - набуття практичних навичок в управлінні в галузях біотехнології та ведення маркетингової діяльності відповідно до сучасних вимог ринку України.

Відповідно до сформульованої мети завданнями дисципліни є:

- опанування теоретичними основами менеджменту і маркетингу у біотехнологіях і навичками застосування цих знань у практичній діяльності;
- проводити маркетингові дослідження кон'юнктури ринку біотехнологій;
- оцінювати ринкові можливості біотехнологій;
- розробити комплекс маркетингу: товар, ціна, канали розподілу та стимулювання збуту;
- скласти план маркетингу;
- застосовувати прийоми та методи управління на підприємстві;
- застосовувати прийоми вирішення конфліктних ситуацій;
- оцінити вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на підприємство.

Предметом навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг у біотехнологіях» є загальні закономірності, принципи формування, функціонування та розвитку системи управління організацією, управлінські взаємовідносини.

До системи *компетентностей* належать:

Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми біотехнологій та біоінженерії, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності:

К 3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.

К 5. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

Спеціальні (фахові) компетентності:

К 16. Здатність застосовувати проблемно-орієнтовані методи аналізу та оптимізації біотехнологічних процесів, управління виробництвом, мати навички практичного впровадження наукових розробок.

Додаткові спеціальні компетентності:

К 18. Здатність організувати виробництво і управляти біотехнологічними процесами в умовах промислового виробництва та науково-дослідних лабораторій.

Програмні результати навчання:

ПР 3. Здійснювати техніко-економічні розрахунки проектно-конструкторських рішень та аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки на коротко- та довгострокову перспективу.

ПР 8. Планувати та управляти науково-дослідними, науково-технічними та/або виробничими проектами у галузі біотехнології, базуючись на сучасних тенденціях розвитку науки, техніки та суспільства.

ПР 11. Вільно спілкуватися усно і письмово державною та іноземною мовами, обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, інновації та/або управління виробництвом і біотехнології.

Додаткові програмні результати:

ПР 15. Мати навички розробки та реалізації маркетингових програм і стратегій, аналізу та оцінювання варіантів просування біотехнологічної продукції до споживача, встановлення оптимальних цін на неї.

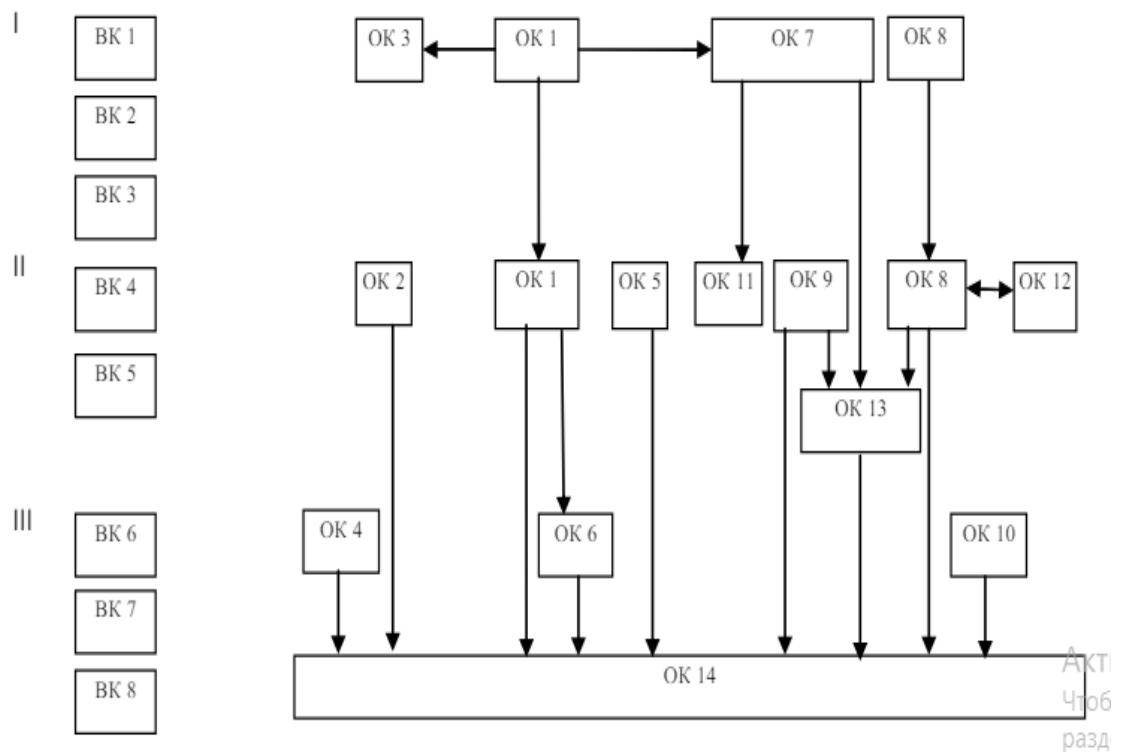
ПР 17. Оцінювати, аналізувати та обирати варіанти рішень з управління складними біотехнологічними процесами з урахуванням цілей, обмежень, прогнозів та ризиків.

4. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

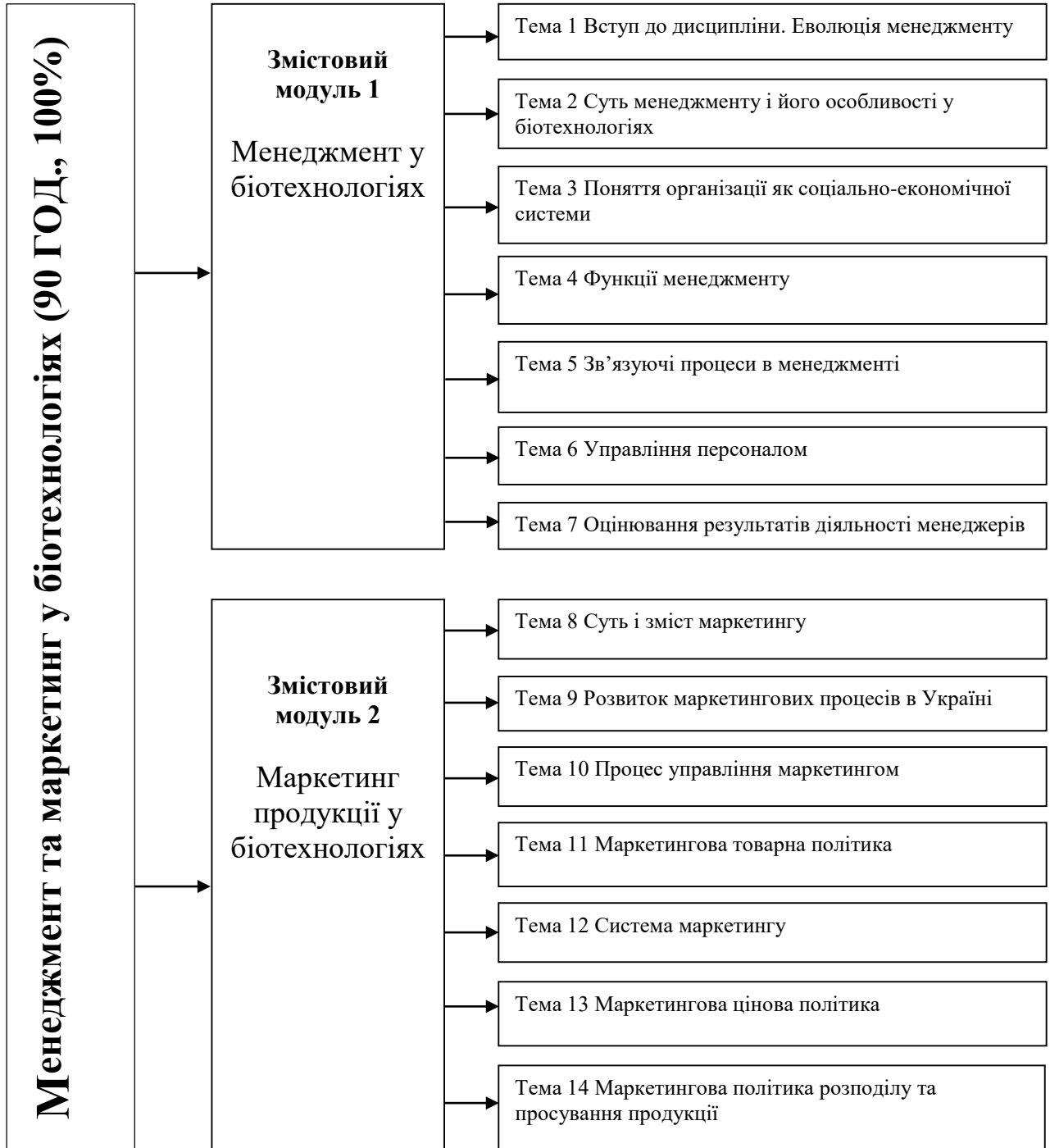
Здобувачі вищої освіти вже мають володіти базовими знаннями та компетентностями окремих дисциплін циклу загальної підготовки та дисциплін циклу професійної підготовки, які заплановані до вивчення освітньо-професійною програмою підготовки здобувачів вищої освіти «Біотехнології та біоінженерія».

До переліку дисциплін, які мають бути вивчені раніше, належать: дисципліни циклу загальної підготовки (охорона праці в галузі, основи інтелектуальної власності, математичне моделювання технічних і технологічних процесів) та дисципліни циклу професійної підготовки (методологія та організація наукових досліджень).

5. МІСЦЕ ДИСЦИПЛІНИ «МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У БІОТЕХНОЛОГІЯХ» У СТРУКТУРІ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН ОПП «БІОТЕХНОЛОГІЇ ТА БІОІНЖЕНЕРІЯ» ДРУГОГО (МАГІСТЕРСЬКОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ



6. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У БІОТЕХНОЛОГІЯХ»



7. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

У відповідності до освітнього плану спеціальності 162 «Біотехнології та біоінженерія» курс дисципліни «Менеджмент та маркетинг у біотехнологіях» вивчається здобувачами вищої освіти протягом 3 семестру (II курс освітнього ступеня «Магістр»). Курс складається із 90 годин / 3 кред. (2 змістових модулі), в тому числі теоретичний курс (лекції) 14 год. / 0,47 кред., практичні заняття 26 год. / 0,87 кред., самостійна робота – 50 год. / 1,66 кред.

Структурно-логічна схема дисципліни за змістовими модулями передбачає:

- 1 Лекції. Теми лекцій передують практичним заняттям.
- 2 Практичні заняття. Коротке викладення теми та мети заняття, вивчення основних методів та показників, їх обговорення та самостійне опрацювання.
- 3 Опитування здобувачів вищої освіти на практичних заняттях з попередньої теми, тестування по закінченню змістового модуля.
- 4 Відпрацювання пропущених занять, здача тем, проведення консультацій згідно плану самостійної роботи. Пропущені лекції мають бути відпрацьовані у формі співбесіди з викладачем, практичні заняття – шляхом виконання індивідуального завдання або співбесіди.
- 5 По завершенні курсу передбачено залік.

7.1 Загальний розподіл годин і кредитів

Види занять	Загальна кількість годин / кредитів / %	Аудиторна кількість годин
Лекції	14/0,47/15,6	14/0,47
Практичні	26/0,87/28,9	26/0,87
Самостійна робота	50/1,66/55,5	-
Разом по курсу	90/3,0/100	40/1,34

7.2. Склад, обсяг і терміни виконання змістових модулів

Модулі курсу			Найменування тем	Розподіл навчального часу			Термін виконання, тиждень	Термін контрольного заходу
Найменування	Обсяг, кредитів	Сума залікових балів		лекції	практичні	самостійна робота		
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 Менеджмент у біотехнологіях	2,3	19-33	1 Вступ до дисципліни. Еволюція менеджменту	1	2	4	1	1
			2 Суть менеджменту і його особливості в біотехнологіях	1	2	4	2	2
			3 Поняття організації як соціально-економічної системи	1	2	4	3	3
			4 Функції менеджменту	1	2	4	4	4
			5 Зв'язуючі процеси в менеджменті	1	2	4	5	5
			6 Управління персоналом	1	2	3	6	6
			7 Оцінювання результатів діяльності менеджерів	1	2	2	7	7
Разом за змістовим модулем 1 (69 год., 51,1%)				7	14	25	X	X
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 Маркетинг продукції у біотехнологіях	2,2	17-27	8 Суть і зміст маркетингу	1	2	4	8	8
			9 Розвиток маркетингових процесів в Україні	1	2	4	9	9
			10 Процес управління маркетингом	1	2	4	10	10
			11 Маркетингова товарна політика	1	2	4	11	11
			12 Система маркетингу	1	2	4	12	12
			13 Маркетингова цінова політика	1	1	3	13	13
14 Маркетингова політика розподілу та просування продукції	1	1	2	14	14			
Разом за змістовим модулем 2 (66 год., 48,9%)				7	12	25	X	X
Всього (90 год., 100%)	3,0	36-60		14	26	50	X	X

7.3 Перелік та короткий зміст лекцій

Лекції є традиційними, з елементами диспуту та використанням мультимедійного обладнання для презентації *(14 години)*

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 Менеджмент у біотехнологіях (7 годин)

ЛЕКЦІЯ 1

Тема 1 Вступ до дисципліни. Еволюція менеджменту (1 год.)

Предмет менеджменту. Об'єкт менеджменту. Мета менеджменту. Завдання менеджменту. Структура менеджменту. Зміст дисципліни менеджмент. Розвиток управлінської думки. Ефективність управління сільськогосподарськими підприємствами.

Ключові слова: підприємець, підприємництва, управління трудовими ресурсами, менеджмент, менеджер, компетентність менеджера.

Keywords: entrepreneur, entrepreneurship, human resource management, management, manager, managerial competency.

Тема 2 Суть менеджменту і його особливості в біотехнологіях (1 год.)

Сутність управління. Особливості управління у галузі біотехнологій. Процесний підхід у менеджменті. Системний підхід у менеджменті. Ситуаційний підхід у менеджменті. Характеристика діяльності менеджера. Ролі менеджерів за Г. Мінцбергом. Рівні управління. Скалярний ланцюг. Норма керованості.

Ключові слова: графік Ганта, глобальна економіка, глобальний менеджмент, глобалізація

Keywords: Gantt chart, global economy, global management, globalization

ЛЕКЦІЯ 2

Тема 3 Поняття організації як соціально-економічної системи (1 год.)

Сутність організації. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації. Цілі. Структура. Завдання. Технологія. Персонал. Законодавство. Демографія. Економіка. Екологія. Державне управління. Торговельна політика. Тарифні та нетарифні обмеження. Громади. Конкуренти. Постачальники. Клієнти.

Ключові слова: адміністратор, відкрита організація, ланцюг команд, корпорація, експорт, функціональні менеджери, генеральні менеджери, глобальний бізнес, глобальність.

Keywords: administrator, boundaryless organization, chain of command, corporation, exporting, functional managers, General managers, global business, global.

Тема 4 Функції менеджменту (1 год.)

Сутність функцій менеджменту. Класифікація функцій менеджменту. Лінійне керівництво. Функціональне керівництво. Співвідношення лінійних та функціональних повноважень Делегування повноважень. Централізоване та децентралізоване управління. Функції та процес управління галуззю біотехнологій. Розподіл функцій і система делегування повноважень в апараті

управління галуззю біотехнологій.

Ключові слова: менеджмент, менеджмент у біотехнологіях, делегування повноважень, функції менеджменту.

Keywords: management, management of livestock sector, delegation of authority, management functions.

ЛЕКЦІЯ 3

Тема 5 Зв'язуючі процеси у менеджменті (1 год.)

Сутність комунікації. Значення комунікацій в організації. Комунікаційний процес. Міжособистісні та організаційні перешкоди на шляху комунікаційного процесу. Сутність організаційних рішень. Види організаційних рішень. Прийняття управлінських рішень. Способи прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття рішень.

Ключові слова: активне слухання, довірливе спілкування, фільтрація повідомлень, навички міжособистісної комунікації.

Keywords: active listening, credible communication, filtering, framing error, human skill or interpersonal skill.

Тема 6 Управління персоналом (1 год.)

Роль персоналу в сучасній організації. Суть, види і характеристика колективів. Сутність кадрів. Визначення персоналу. Дефініція трудових ресурсів. Класифікація персоналу. Трансформація системи управління персоналом на підприємстві.

Ключові слова: персонал, трудові ресурси, класифікація персоналу, характеристики команди.

Keywords: personnel, labor resources, classification of personnel, characteristics of teams.

ЛЕКЦІЯ 4

Тема 7 Оцінювання результатів діяльності менеджера (1 год.)

Сутність ефективності роботи персоналу. Підходи до визначення ефективності персоналу. Методика оцінки ефективності управління. Соціальна ефективність роботи. Економічна ефективність роботи. Суть комплексної оцінки управлінської праці. Принципи та застосування комплексної оцінки управлінської праці.

Ключові слова: ефективність персоналу, соціальна та економічна ефективність персоналу, робота менеджера

Keywords: Efficiency of personnel, social and economic efficiency of personnel, management work.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 Маркетинг продукції у біотехнологіях (7 годин)

Тема 8 Суть і зміст маркетингу (1 год.)

Визначення маркетингу. Предмет маркетингу. Об'єкт маркетингу. Ретроспектива розвитку маркетингу. Основні дефініції маркетингу. Закони

маркетингу. Завдання маркетингу. Функції маркетингу. Концепції маркетингової діяльності.

Ключові слова: концепція маркетингу, завдання та функції маркетингу, концепція маркетингової діяльності

Keywords: the concept of marketing, the tasks and functions of marketing, the concept of marketing activities.

ЛЕКЦІЯ 5

Тема 9 Розвиток маркетингових процесів в Україні (1 год.)

Сутність маркетингу. Розвиток маркетингу. Основні види маркетингових процесів. Етапи розвитку маркетингових процесів в Україні. Перспективи розвитку маркетингу у світі. Проблеми розвитку маркетингу. Проведення маркетингових досліджень.

Ключові слова: концепція маркетингу, основні типи маркетингових процесів.

Keywords: concept of "marketing", main types of marketing processes.

Тема 10 Процес управління маркетингом (1 год.)

Управління маркетингом. Етапи управління маркетингом. Аналіз ринкових можливостей. Вибір цільових ринків. Розробка комплексу маркетингу. Реалізація маркетингових заходів.

Ключові слова: менеджмент маркетингу, маркетингові можливості, цільові ринки.

Keywords: marketing management, analysis, market opportunities, target markets.

ЛЕКЦІЯ 6

Тема 11 Маркетингова товарна політика (1 год.)

Сутність товару. Товарний асортимент. Життєвий цикл товару. Створення програми розробки нових товарів. Контроль якості продукції. Стратегії формування товарного асортименту. Інтелектуальна власність та реєстрація прав інтелектуальної власності. Товарні марки. Упаковка. Співвідношення ціни та якості продукції.

Ключові слова: товари, продуктовий асортимент, життєвий цикл товару, брендова назва, упаковка, ціна.

Keywords: commodity, product range, product life cycle, brand name, packaging, price

Тема 12 Система маркетингу (1 год.)

Система маркетингу. Складові системи маркетингу. Методи системи маркетингу. Прийоми системи маркетингу. Функції системи маркетингу. Управління системою маркетингу у біотехнологіях.

Ключові слова: система маркетингу, функції системи маркетингу.

Keywords: marketing system, marketing system functions

ЛЕКЦІЇ 7

Тема 13 Маркетингова цінова політика (1 год.)

Поняття ціни. Види цін. Структура ціни. Цінова політика. Методи ціноутворення. Суть цінової політики. Державне регулювання цінової політики. Стратегії ціноутворення. Етапи ціноутворення. Знижки.

Ключові слова: концепція цінової політики, етапи ціноутворення.

Keywords: the concept of price and the essence of price policy, the stages of pricing.

Тема 14 Маркетингова політика розподілу та просування продукції (1 год.)

Канали розподілу. Функції каналів розподілу. Структура каналів розподілу. Посередницька діяльність у каналах розподілу. Прийняття рішень щодо проблем товароруху. Маркетингова політика комунікацій. Суть реклами. Функції реклами. Суть роботи з громадськістю. Види роботи з громадськістю. Пропаганда.

Ключові слова: посередницька діяльність, канали розподілу, маркетингова комунікаційна політика.

Keywords: intermediary activities, distribution channels, marketing communications policy

ПЛАНИ ЛЕКЦІЙ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 МЕНЕДЖМЕНТ У БІОТЕХНОЛОГІЯХ

ПЛАН ЛК 1 Тема 1: «Вступ до дисципліни. Еволюція менеджменту» (1 год.)

1. Предмет, структура та зміст навчальної дисципліни.
2. Вклад українських вчених у розвиток управлінської наукової думки.
3. Перспективи розвитку агроформувань залежно від результативності менеджменту і маркетингу.

Тема 2: Суть менеджменту і його особливості в біотехнологіях (1 год.)

1. Поняття менеджменту, особливості управління в галузі біотехнологій.

2. Сучасні підходи в менеджменті: процесний, системний, ситуаційний.

3. Характеристика діяльності менеджера.

4. Рівні управління.

ПЛАН ЛК 2 Тема 3: Поняття організації як соціально-економічної системи (1 год.)

1. Організація як соціально-економічна система.
2. Внутрішнє середовище організації: цілі, структура, завдання, технологія, люди.
3. Характеристика факторів зовнішнього середовища.

Тема 4: Функції менеджменту (1 год.)

1. Поняття і класифікація функцій менеджменту.

2. Лінійне і функціональне керівництво.
3. Функції і процес управління галуззю біотехнологій.
4. Розподіл функцій і система делегування повноважень в апараті управління галуззю біотехнологій.

ПЛАН ЛК 3 Тема 5: Зв'язуючі процеси у менеджменті (1 год.)

1. Поняття та значення комунікації в організації.
2. Комунікаційний процес та міжособистісні й організаційні перешкоди на шляху комунікаційного процесу.
3. Поняття та види організаційних рішень.
4. Категорії (умови) прийняття управлінських рішень;
5. Фактори, що впливають на процес прийняття рішень.

Тема 6: Управління персоналом (1 год.)

1. Роль персоналу в сучасній організації. Суть, види і характеристика колективів.
2. Поняття «кадри, персонал, трудові ресурси». Класифікація персоналу
3. Трансформація галузі від нульових змін до радикальних покращень

ПЛАН ЛК 4 Тема 7: Оцінювання результатів діяльності менеджера (1 год.)

1. Ефективність роботи персоналу: сутність та підходи.
2. Методика оцінки ефективності.
3. Соціальна та економічна ефективність роботи персоналу.
4. Комплексна оцінка управлінської праці: суть, принципи застосування.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 МАРКЕТИНГ ПРОДУКЦІЇ БІОТЕХНОЛОГІЙ

Тема 8: Суть і зміст маркетингу (1 год.)

1. Суть маркетингу та історія його розвитку.
2. Основні поняття маркетингу.
3. Завдання та функції маркетингу.
4. Концепції маркетингової діяльності.

ПЛАН ЛК 5 Тема 9: Розвиток маркетингових процесів в Україні(1 год.)

1. Історія виникнення поняття «маркетинг».
2. Основні види маркетингових процесів.
3. Етапи розвитку маркетингових процесів в Україні.

Тема 10: Процес управління маркетингом (1 год.)

1. Зміст та етапи управління маркетингом.
2. Аналіз ринкових можливостей.
3. Відбір цільових ринків.
4. Розробка комплексу маркетингу.
5. Реалізація маркетингових заходів.

ПЛАН ЛК 6 Тема 11: Маркетингова товарна політика (1 год.)

1. Поняття товару, товарного асортименту, життєвий цикл товару.
2. Програма розробки нових товарів.
3. Товарні марки, упаковка.
4. Поняття ціни та суть цінової політики.
5. Етапи ціноутворення.

Тема 12: Система маркетингу (1 год.)

1. Сутність системи маркетингу.
2. Сукупність методів і прийомів системи маркетингу.
3. Функції системи маркетингу.

ПЛАН ЛК 7 Тема 13: Тема 13 Маркетингова цінова політика (1 год.)

1. Поняття ціни та суть цінової політики.
2. Етапи ціноутворення.

Тема 14: Маркетингова політика розподілу та просування продукції (1 год.)

1. Поняття каналу розподілу, його функції та структура;
2. Посередницька діяльність у каналах розподілу та рішення по проблемах товароруку;
3. Поняття маркетингової політики комунікацій, суть та функції реклами;
4. Суть та основні види роботи з громадськістю (пропаганда).

Візуальне супроводження дисципліни

Лекційні заняття з дисципліни «Менеджмент та маркетинг у біотехнологіях» за темами, що вивчаються, супроводжуються комп'ютерними презентаціями.

7.4 Перелік та план практичних занять

Практичні завдання з курсу «Менеджмент та маркетинг у біотехнологіях» виконуються здобувачами вищої освіти протягом семестру згідно з програмою курсу з метою закріплення теоретичних знань. Викладачем, який веде практичні заняття, здійснюється поточний контроль виконання практичних завдань шляхом перевірки наявності виконаних завдань та індивідуальної співбесіди зі здобувачем вищої освіти за кожним завданням. Кожне завдання оцінюється окремо відповідно до встановлених критеріїв оцінки.

Виконання практичних завдань має творчий характер. Попередньо здобувач вищої освіти повинен вивчити відповідні теми за рекомендованою літературою, список якої наведено у кінці робочої програми. З незрозумілих питань курсу здобувач вищої освіти може одержати консультацію викладача дисципліни у відповідні дні, за графіком, установленим кафедрою.

Змістовий модуль 1 Елементи організацій та процесу управління (14 годин)

Практичне заняття 1. Вступ до дисципліни. Еволюція менеджменту (2 год.)

Вивчення предмету та еволюції менеджменту як науки, сутності основних

понять і категорій менеджменту (система, управління і менеджмент, об'єкт, суб'єкт, закони, закономірність, принцип, метод).

Практичне заняття 2. «Суть менеджменту і його особливості в біотехнологіях» (2 год.)

На прикладі конкретного **біотехнологічного** підприємства показати застосування ситуаційного та процесного підходу до управління в галузях біотехнологій. Тест 1.

Практичне заняття 3. «Організація як соціально-економічна система» (2 год.)

Виконання практичного завдання: Розписати компоненти внутрішнього середовища СТОВ, ЗАТ, ВАТ, ПСП при виробництві продукції біотехнологій. Показати фактори внутрішнього середовища прямого та непрямого впливу СТОВ, ЗАТ, ВАТ, ПСП при виробництві продукції біотехнологій. Тест 2.

Практичне заняття 4. «Функції менеджменту» (2 год.)

На підставі виданих викладачем кожному здобувачеві вищої освіти або робочій групі (3-4 особи) вихідних даних про **біотехнологічне** підприємство, а також за допомогою літературних джерел, лекційного курсу здобувачі вищої освіти будують структуру управління однієї з організаційно-правових форм підприємницької діяльності. Тест 3.

Практичне заняття 5. «Зв'язуючі процеси в менеджменті» (2 год.)

Побудувати дерево рішень щодо виробництва нових видів біотехнологічної продукції. Провести аналіз беззбитковості **виробництва продукції біотехнологій**. Тест 4.

Практичне заняття 6. «Управління персоналом» (2 год.)

Складання проекту, постанови чи рішення відповідного органу управління з матеріального стимулювання окремих груп працівників підприємства. Розробити положення про технічну службу підприємства. Написати службові записки та розглянути проекти рішень щодо матеріальних і моральних винагород працівників. Тест 5

Практичне заняття 7. «Оцінювання результатів діяльності менеджерів» (2 год.)

Розробити функціональні обов'язки **завідуючого лабораторією, секцією, цехом, відділом біотехнологічного підприємства, цього головного фахівця**.

Колоквіум.

Змістовий модуль 2 Маркетинг продукції біотехнологій (12 годин)

Практичне заняття 8. «Суть і зміст маркетингу» (2 год.)

1. Визначити сутність і зміст маркетингу. Вирішення ситуаційних вправ щодо вивчення основних понять маркетингу.

Практичне заняття 9. «Розвиток маркетингових процесів в Україні» (2 год.)

1. Заслухати підготовлені реферати та доповіді здобувачів вищої освіти, щодо розвитку маркетингових процесів в Україні в умовах переходу до ринкової економіки.

Практичне заняття 10. «Процес управління маркетингом в біотехнологіях» (2 год.)

1. Аналіз ситуації. Комплексне дослідження ринку продукції галузі біотехнології в конкретному підприємстві.
2. Скласти план проведення маркетингових досліджень для конкретного підприємства щодо виробництва та реалізації продукції біотехнологій.
3. Провести аналіз конкурентного середовища ринків продукції біотехнологій на прикладі районів Миколаївської області.

Практичне заняття 11. «Маркетингова товарна політика» (2 год.)

1. Ситуаційні вправи щодо вивчення основних понять маркетингової товарної політики.
2. Рішення задач на встановлення ціни на основі аналізу беззбитковості, витратного методу

Практичне заняття 12. «Система маркетингу» (2 год.)

1. Сформувати комплексну систему маркетингу в галузі біотехнологій на прикладі підприємства.
2. Зазначити основні функції маркетингової системи, що виконуються щодо виробництва і реалізації продукції біотехнологій.

Практичне заняття 13. «Маркетингова цінова політика» (1 год.)

1. Ситуаційні вправи щодо вивчення основних понять маркетингової цінової політики.
2. Рішення задач на встановлення ціни на основі аналізу беззбитковості, витратного методу.

«Маркетингова політика розподілу та просування продукції» (1 год.)

1. Ситуаційні вправи щодо вивчення основних понять маркетингової політики розподілу та просування продукції.
2. Рішення задач на визначення оптимального розміру замовлень продукції біотехнологій, бюджету рекламування.

7.5 Теми, форма контролю та перевірки завдань, які винесені на самостійне обов'язкове опрацювання

Окремі питання тем, які виносяться для самостійного опрацювання, здобувачі вищої освіти вивчають у вільний від занять час. Самостійна робота здобувача вищої освіти є однією з форм організації освітнього процесу, основною формою оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від обов'язкових навчальних занять за розкладом.

Самостійна робота здобувача вищої освіти в обсязі 50 годин складається з вивчення матеріалу за допомогою конспектів лекцій, підручників, допоміжної літератури, тестування в MOODLE, а також підготовки до практичних занять і екзамену.

7.5.1 Перелік питань для самостійного опрацювання

1. Визначення основних функцій менеджменту і їх взаємозв'язку в межах циклу менеджменту.
2. Характеристика основних етапів розвитку науки управління (від класичної теорії до сучасних напрямків).
3. Сутнісна характеристика класичної теорії менеджменту: школа наукового управління й адміністративна школа (напрямки і цілі досліджень, основні досягнення, недоліки).
4. Сутнісна характеристика поведінкової теорії менеджменту (напрямки і цілі досліджень, внесок у розвиток науки управління, недоліки).
5. Сутнісна характеристика кількісної теорії менеджменту (напрямки і цілі досліджень, внесок у розвиток науки управління, недоліки).
6. Порівняльна характеристика інтуїтивної та раціональної технологій прийняття рішень (сутність, основні переваги та недоліки, сфери застосування).
7. Зміст основних етапів раціональної технології прийняття рішень (назва, послідовність виконання, перелік робіт в межах кожного етапу).
8. Послідовність оцінки альтернативних варіантів в процесі прийняття управлінських рішень.
9. Класифікація методів творчого пошуку альтернативних варіантів. Стисла характеристика найважливіших з них.
10. Характеристика методу "дерево рішень" як інструмента обґрунтування управлінських рішень (побудова дерева, складові графіка, критерій вибору оптимального варіанту, сфера практичного застосування).
11. Розробка комплексу маркетингу.
12. Визначення товару та основні види товарів
13. Розкрийте зміст трьох рівнів товару
14. Перелічіть та охарактеризуйте етапи процесу розробки нового товару
15. Назвіть етапи життєвого циклу товару, дайте їм характеристику
16. Поясніть, для чого необхідні товарні марки
17. Які рішення треба прийняти щодо упаковки товару та його маркування
18. Методи ціноутворення. Розкрийте їх зміст та вкажіть, в яких випадках вони застосовуються?
19. Охарактеризуйте основні етапи розрахунку ціни
20. Дайте визначення, назвіть рівні та функції каналів розподілу
21. Розкрийте основний зміст рішень по товароруху
22. Місце роздрібною торгівлі в системі товароруху: її роль, види торговельних підприємств, маркетингові рішення
23. Місце оптової торгівлі в системі товароруху: її роль, види торговельних підприємств, маркетингові рішення
24. Охарактеризуйте складові комплексу маркетингових комунікацій.
25. Розкрийте суть та функції реклами.
26. Розкрийте суть та функції пропаганди (паблік рілейшнз).
27. Розкрийте зміст методів стимулювання збуту.

28. Що представляє собою стратегічне планування?
29. Охарактеризуйте стратегії маркетингу підприємств. Розділи та послідовність розробки плану маркетингу.
30. Розкрити основні підходи до розробки бюджету маркетингу.
31. Основні види маркетингового контролю.
32. Сформулюйте цілі та завдання маркетингової служби підприємства.
33. Назвіть основні типи організації відділу маркетингу.
34. Визначення стилів керування за Р. Блейком та Дж. Моутон. Характеристика виділених в таблиці основних стилів керування.
35. Сутнісна характеристика додаткових стилів керування за Р. Блейком та Дж. Моутон.
36. Основні положення ситуаційної моделі керування Ф. Фідлера (основна ідея моделі; перелік ситуаційних факторів; основні висновки).
37. Характеристика теорії "життєвого циклу" П. Херсі та К. Бланшара (основна ідея моделі; поняття "ступінь зрілості виконавця"; графічна інтерпретація моделі; основні висновки).
38. Визначення поняття "контроль". Модель процесу контролю (основні складові процесу контролю та їх взаємозв'язки).
39. Характеристика процедури вимірювання реальних процесів, що здійснюються в організації (сутність основних методів вимірювання, їх переваги і недоліки; основні об'єкти контролю).
40. Види управлінського контролю за критерієм часу здійснення контрольних операцій (сутність, переваги і недоліки).
41. Параметри ефективної системи контролю. Зміст поняття "дисфункціональний ефект системи контролю".
42. Визначення поняття "комунікації" в управлінні. Необхідні умови для комунікації. Модель процесу комунікації.
43. Характеристика етапів процесу комунікації (сутність; фактори, що забезпечують ефективну реалізацію).
44. Основні методи міжособових комунікацій (їх сутність, переваги і недоліки).
45. Класифікація типів організаційних комунікацій за критеріями статусу комунікацій та їх спрямованості (сутність, особливості практичного застосування).
46. Базові типи комунікаційних мереж в організації. Ефективність використання відповідних мереж за критеріями швидкості передавання і точності повідомлення.
47. Основні положення теорії "ієрархії потреб" А. Маслоу (базові передбачення, характеристика та ієрархія потреб, основні висновки).
48. Характеристика "теорії потреб" Д. Мак Клееланда (види потреб, характеристики робіт, що найкраще мотивують людей з потребами: у владі; в успіху; в приналежності, основні висновки).

49. Загальна характеристика "теорії мотиваційної гігієни" Ф. Герцберга (ідея теорії; перелік мотиваційних і гігієнічних факторів, діапазони їх дії; основні висновки).

50. Основні положення "теорії очікувань" В. Врума (ідея, на якій ґрунтується теорія; ситуаційні фактори, що враховуються; співвідношення ситуаційних факторів; висновки для практичного використання).

Форма перевірки та оцінювання завдань самостійної роботи

№	Модулі, змістові модулі	Кількість годин	Кількість заходів	Оцінка в балах		Сума балів	
				min	max	min	max
1	2	3	4	5	6	7	8
Змістовий модуль 1.							
Обов'язкова робота:							
1.	- індивідуальне завдання;	18	1	5	5	5	5
2.	- тестування в <i>moodle</i> ;	7	5	1	2	5	10
Разом по 1 змістовому модулю		25	x	6	7	10	15
Змістовий модуль 2.							
Обов'язкова/необов'язкова робота:							
1.	- індивідуальне завдання;	19	1	5	5	5	5
2.	- тестування в <i>moodle</i> ;	6	5	1	2	5	10
Разом по 2 змістовому модулю		25	x	6	7	10	15
Всього самостійної роботи		50	x	x	x	20	30

7.5.2 Перелік тем наукової роботи здобувачів вищої освіти

1. Управління змінами на підприємстві (в організації).
2. Розробка конкурентної політики підприємства (організації).
3. Удосконалення процесу управління витратами підприємства.
4. Удосконалення системи стратегічного управління на підприємстві (в організації).
5. Формування та вдосконалення організаційно-економічних важелів управління якістю продукції (послуг) на підприємстві (в організації).
6. Удосконалення системи управління використанням виробничих ресурсів на підприємстві (в організації).
7. Організаційна культура як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства.
8. Формування (умови, шляхи та засоби) позитивного іміджу сучасного керівника.

9. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства на засадах диверсифікації діяльності.

10. Удосконалення управління персоналом підприємства на засадах контролінгу.

Наукова робота здійснюється в межах роботи наукового гуртка «Професійний менеджмент у кризових умовах розвитку держави».

Тематика індивідуальних навчально-дослідних завдань

Виконується студентами протягом семестру. Індивідуальна робота передбачає підготовку реферату обсягом до 20-ти сторінок тексту на одну із таких тем:

1. Менеджмент як мистецтво управління.
2. Процеси ухвалення рішень в теорії управління.
3. Функції організації в системі управління.
4. Типи структур за Г. Мінцбергом.
5. Концепція організаційного розвитку.
6. Модель керування організаційним розвитком.
7. Конфлікт і його вплив на діяльність організації.
8. Сучасна концепція маркетингу.
9. Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності підприємства.
10. Поведінка покупців на споживчому ринку та ринку організацій-споживачів.
11. Маркетингова товарна політика підприємства.
12. Маркетингова цінова політика підприємства.
13. Лояльність споживача як основа концепції маркетингу взаємовідносин.
14. Особливості маркетингу взаємовідносин в Україні.
15. Зміст та заходи стимулювання збуту.
16. Сутність та послідовність здійснення стратегічного маркетингового планування.
17. П'ять конкурентних сил (за М.Портером).
18. Управлінські моделі.
19. Суть організації маркетингової діяльності.
20. Загальна характеристика діяльності керівника організації (фірми).

7.6 ПИТАННЯ ДЛЯ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАТЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

7.6.1 ПИТАННЯ ДЛЯ ПРОМІЖНОГО КОНТРОЛЮ

1. Поняття про менеджмент: його означення і суть.
2. Структура ринку та його основні елементи.
3. Основні етапи розвитку управлінської науки в Україні.

4. Основні поняття і категорії менеджменту як науки.
5. Методи менеджменту.
6. Суть планування і методи розробки планів.
7. Основні теорії управління.
8. Сучасні теорії менеджменту.
9. Загальна характеристика бізнес-планування.
10. Види організацій, формальні і неформальні організації.
11. Організаційний механізм і структура управління.
12. Переваги і наслідки централізації і децентралізації.
13. Суть і зміст контролю.
14. Головні риси ефективного контролю.
15. Змістові теорії мотивації М. Туган-Барановського.
16. Ієрархічні потреби за А. Маслоу.
17. Двофакторна теорія Ф. Герцберга.
18. Основні закони та закономірності менеджменту.
19. Функції та процеси управління.
20. Сутність системного підходу в менеджменті.
21. Стратегічне планування та розробка стратегії.
22. Владні повноваження, відповідальність і делегування повноважень.
23. Винагороди у мотивації.
24. Етапи процесу контролю.
25. Види контролю.
26. Регулювання як загальна функція менеджменту.
27. Специфіка менеджменту у ТНК.
28. Наукові школи управління в менеджменті.
29. Сутність і значення інформації у процесі менеджменту.
30. Види комунікацій і трансакцій.
31. Робоче місце працівника організації та вимоги до нього.
32. Планування людських ресурсів.
33. Міжособистісні та міжгрупові конфлікти та шляхи їх врегулювання.
34. Історія виникнення і розвитку маркетингу як науки та її практичної діяльності.
35. Ринок - основна категорія маркетингу.
36. Методи маркетингу.
37. Функції маркетингової діяльності та їх загальні характеристики.
38. Види маркетингу.
39. Мікросередовище маркетингу.
40. Макросередовище маркетингу.

7.6.2 ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Предмет, структура та зміст менеджменту як навчальної дисципліни
2. Менеджмент - сутність і основні категорії.
3. Закони і закономірності менеджменту

4. Характеристика наукових шкіл у менеджменті
5. Сучасні концепції менеджменту
6. Розвиток управлінської науки в Україні
7. Організація як соціально-економічна система.
8. Внутрішнє середовище організації: цілі, структура, завдання, технологія, люди.
9. Характеристика факторів зовнішнього середовища.
10. Різновиди організацій
11. Функції менеджменту. Класифікація функцій управління.
12. Функція планування в менеджменті
13. Організаційна діяльність як загальна функція менеджменту.
14. Мотивація як функція управління.
15. Контроль як загальна функція менеджменту.
16. Поняття та значення комунікацій в організації.
17. Комунікаційний процес та міжособистісні й організаційні перешкоди на шляху комунікаційного процесу.
18. Поняття та види організаційних рішень.
19. Підходи до прийняття рішень.
20. Методи прийняття рішень
21. Основні поняття: керівник, лідер, вплив та влада.
22. Форми влади.
23. Поведінковий підхід до лідерства.
24. Ситуаційні підходи до ефективного лідерства.
25. Суть маркетингу
26. Основні поняття маркетингу
27. Основні елементи та комплекс маркетингу
28. Зовнішнє середовище маркетингу
29. Концепції та види маркетингу
30. Цілі та суть маркетингової товарної політики.
31. Конкурентоспроможність товару.
32. Життєвий цикл товару.
33. Сутність та послідовність здійснення стратегічного маркетингового планування.
34. Види маркетингових стратегій, їх класифікація.
35. Маркетингові стратегії росту.
36. Маркетингові конкурентні стратегії.
37. Еволюція відділів маркетингу на підприємстві.
38. Організаційні структури управління маркетингом на підприємстві.
39. Функції та критерії оцінки діяльності відділів маркетингу на підприємстві.
40. Фактори та критерії сегментації. Принципи ефективної сегментації.
41. Маркетингові стратегії охоплення ринку. Процес оцінки цільового сегмента.
42. Зміст та процедура позиціонування товару на ринку. Стратегії

позиціювання.

43. Стратегії маркування товарів.
44. Зміст маркетингової товарної політики. Сутність та класифікація товарів.
45. Види нового товару. Процес створення нового товару.
46. Сутність маркетингової цінової політики, основні завдання та фактори, що її визначають.
47. Класифікація цін.
48. Етапи процесу ціноутворення.
49. Класифікація маркетингових стратегій ціноутворення.
50. Методи ціноутворення.

8. Форма підсумкового контролю, критерії оцінювання результатів навчання та рейтингова оцінка знань здобувачів вищої освіти з дисципліни

Оцінювання знань здобувачів вищої освіти під час формальної, неформальної, інформальної, дистанційної і змішаної освіти проводиться за такими критеріями: розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються, повнота і правильність відповіді, застосування фахової термінології, своєчасність здачі завдань.

Поточний контроль знань здійснюється шляхом проведення усного опитування по вивченим темам, рішення ситуаційних задач, тестування в MOODLE. На семінарських заняттях практикується експрес-опитування, виступи здобувачів вищої освіти по складним питанням, дискусії.

Неформальна освіта (тренінги, майстер-класи, семінари, майстерні, дистанційні курси, вебінари) доповнює формальні освітні заходи, допомагає швидко і вчасно отримати необхідні знання відповідно до потреб тут і зараз. Здобувач має право самостійно обирати напрям і вид неформальних освітніх заходів, які оцінюються в залежності від специфіки неформального заходу, обсягу годин та кредитів ECTS. Оцінка цих результатів відбувається за наявності документального підтвердження (сертифікат, свідоцтво тощо). Перезарахування дисципліни або окремих тем відбувається за бажання здобувача на підставі нормативної внутрішньої документації та Положень МНАУ.

Здобувачі вищої освіти, що набрали менше 36 балів до заліку не допускаються. До складання заліку такі здобувачі вищої освіти можуть бути допущені тільки після того, як наберуть необхідну кількість балів.

Схема поточного і підсумкового контролю знань

№ модуля	Кількість годин		Форма контролю	Кількість заходів	Оцінка		Сума	
	ЛЗ	ПЗ			мин	макс	мин	макс
<i>Змістовний модуль 1. Менеджмент у біртехнологіях</i>								
1	7	14	Опитування на практичних заняттях	4	1	1	1	4
			Рішення задач модулю	9	1	1,8	9	16
			Тестування	4	1	2	4	8
			Індивідуальне завдання	1	5	5	5	5
Разом по змістовному модулю 1.							19	33
<i>Змістовний модуль 2. Маркетинг продукції у біотехнологіях</i>								
2	7	12	Опитування на практичних заняттях	4	1	1	1	4
			Рішення задач модулю	8	1	1,5	8	12
			Тестування	3	1	2	3	6
			Індивідуальне завдання	1	5	5	5	5
Разом по змістовному модулю 2.							17	27
Поточний контроль							36	60
Заключний контроль (залік)							24	40
Разом по курсу дисципліни							60	100

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти, і шкала оцінювання - залік

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
90 - 100	A	відміно	зараховано
82 - 89	B	добре	
75 - 81	C		
64 - 74	D		
60 - 63	E	задовільно	не зараховано
35 - 59	FX	не задовільно з можливістю повторного складання	
0 - 34	F	не задовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	

*Оцінки FX і F у залікову книжку здобувача вищої освіти не виставляються відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у МНАУ.

9. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

За допомогою спеціального технічного обладнання (наявного в аудиторії телевізора і ноутбука, Wi-Fi) на лекційних заняттях використовується: перегляд лекційних презентацій та освітніх і наукових відеофільмів відповідної тематики.

За допомогою спеціального технічного обладнання (наявного в аудиторії телевізора і ноутбука, Wi-Fi) на практичних заняттях використовується: перегляд та обговорення підготовлених здобувачами вищої освіти презентацій, освітніх і наукових відеофільмів відповідної тематики.

Прикладне програмне забезпечення: операційна система Windows 7, операційна система Windows 10 Pro, Google Chrome, доступ до мережі Internet.

Для поточного і підсумкового контролю використовуються елементи системи дистанційного навчання, у т. ч. через застосування MOODLE, JeetSi.

Для проведення практичних, лабораторних занять за дисциплінами управлінського спрямування на високому науковому, методичному і технічному рівні відповідно до чинних освітніх програм підготовки здобувачів вищої освіти спеціальності **162 «Біотехнології та біоінженерія»**, робочих програм та методичних рекомендацій, використовується Навчально-наукова лабораторія менеджменту та професійних комунікацій на базі менеджменту та маркетингу.

10. ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЗАКОНОДАВЧОНОРМАТИВНИХ АКТІВ

1. Бурковська А. І. Основи менеджменту: методичні вказівки та завдання для проведення практичних занять та самостійної роботи для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Молодший бакалавр» початкового рівня (короткий цикл) спеціальності 122 «Комп'ютерні науки» денної форми навчання. МНАУ, 2021. 44 с.

2. Бурковська А. І. Менеджмент : метод. реком. для виконання практичних робіт для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОПП «Менеджмент» спеціальності 073 «Менеджмент», ОПП «Публічне управління та адміністрування» спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» денної форми здобуття вищої освіти / уклад. А. І. Бурковська. Миколаїв : МНАУ, 2022. 66 с.

3. Бурковська А. І. Менеджмент : метод. реком. для виконання самостійних робіт для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОПП «Менеджмент» спеціальності 073 «Менеджмент», ОПП «Публічне управління та адміністрування» спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування», ОПП «Облік і оподаткування» спеціальності 071 «Облік і оподаткування» заочної форми здобуття вищої освіти / уклад. А. І. Бурковська. Миколаїв : МНАУ, 2022. 65 с.

4. Shebanina O., Golubeva O., Burkovska A. The investment in the meat sector in the context of food security in Ukraine // Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2018. № 40(3). P. 393-402.

5. Shebanina O., Klyuchnik A., Burkovska A. Providing labor income as a supporting factor of the food security // Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2018. № 40(4). P. 597-608.

6. Shebanina O., Burkovska A. Approaches to the Installation of the Subsistence Level in the Context of the Food Security in Ukraine // Journal of Economics and Management Sciences. 2018. № 1(2). P. 122-128.

7. Burkovska A., Ciccullo F., Shebanina O. Modeling the System of Social Stability through the Food Safety Paradigm // Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2019. № 41(4). P. 474-486.

8. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 р. №2755–VI. Дата оновлення: 01.07.2022. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 01.08.2022).

9. Митний кодекс України : Закон України від 13.03.2012 р. № 4495–VI. Дата оновлення: 01.06.2022. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> (дата звернення: 01.08.2022).

10. Бюджетний кодекс України : Закон України від 08.07.2010 р. № 2456–VI. Дата оновлення: 15.12.2022. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> (дата звернення: 01.08.2022).

11. Михайлов С. І. Менеджмент : підручник. Вінниця: НОВА КНИГА, 2018. 416 с.

12. Менеджмент : теорія і практика: навч. посіб. / А. А. Мазаракі та ін. Київ : Атіка, 2018. 564 с.
13. Тарнавська Н. П., Пушкар Р. М. Менеджмент : теорія та практика: навч. посіб. Тернопіль : Карт-бланш, 2020. 490 с.
14. Хомяков В.І. Менеджмент підприємства: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. Та доп. Київ: Кондор, 2021. 434 с.
15. Newport C. Digital Minimalism: Choosing a Focused Life in a Noisy World. 2019. 328 p.
16. Rogelberg S. The Surprising Science of Meeting : How You Can Lead Your Team to Peak Performance. 2019. 293 p.
17. Villareal M. Leadership Crisis Management: Understanding the 3-Stages of Crisis Management. 2020. 256 p.
18. Zhuo J. The Making of a Manager: What to Do When Everyone Looks to You. 2020. 186 p.
19. Graupp P. Skip Steward and Brad Parsons. Creating an Effective Management System: Integrating Policy Deployment, TWI, and Kata. 2020. 245p.
20. Дія. Бізнес. URL:<https://business.diiia.gov.ua/>
21. Офіційний сайт Верховної ради України. URL: <http://portal.rada.gov.ua>
22. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: <http://sfs.gov.ua>
23. Офіційний сайт Державної митної служби України. URL: <http://customs.gov.ua>

Розробник програми:
д-р екон. наук, доцент



Г.С. Федосєєва

Завідувачка кафедри
д-р екон. наук, професор



А. С. Полторак

ДОДАТОК А

До робочої програми 2024-2025 н.р. навчальної дисципліни
МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У БІОТЕХНОЛОГІЯХ

Перелік внесених змін на 2024-2025 н.р.

№	Зміст змін	Підстави	Примітки
1	Зміна змісту практичної роботи для виконання в аудиторії за темою №8	Опитування здобувачів вищої освіти	Змінено формулювання питань до практичної ситуації, переформатовано роботу в групах
2	Зміна змісту практичної роботи для виконання в аудиторії за темою №12	Опитування здобувачів вищої освіти	Надано можливість користуватися прикладами із джерел, відмінних від ситуаційного завдання

Розробник програми:
д-р екон. наук, доцент



Г.С. Федосєєва

Завідувачка кафедри
д-р екон. наук, професор



А. С. Полторак