

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет ветеринарної медицини
та біотехнологій імені С.З.Гжицького

Факультет біолого-технологічний

Кафедра водних біоресурсів та аквакультури

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова навчально-методичної
комісії спеціальності - 207
“Водні біоресурси та аквакультура”

Лобойко Ю.В.



(ПП, підпис)

“ 19 ”

06

2019 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У РИБНИЦТВІ»

(код і назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень
(назва освітнього рівня)
галузь знань 20 Аграрні науки та продовольство
(назва галузі знань)
спеціальність 207 "Водні біоресурси та аквакультура"
(назва спеціальності)
вид дисципліни обов'язкова
(обов'язкова / за вибором)

Львів – 2019 р.

Робоча програма з навчальної дисципліни “Менеджмент і маркетинг у рибництві” для
(назва навчальної дисципліни)
студентів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 207 – “Водні біоресурси та
(освітній рівень) (код та найменування спеціальності)

акавакультура”

Розробники:
Доцент кафедри водних біоресурсів та акавакультури,
кандидат ветеринарних наук
(посада, науковий ступінь та вчене звання)

В.В. Сенечин
(ініціали та прізвище)

Робоча програма розглянута та схвалена на засіданні кафедри Водних біоресурсів та
акавакультури

(назва кафедри)

протокол від “ 17 ” 05 2019 року № 10

завідувач кафедри Водних біоресурсів та акавакультури
(назва кафедри)


(підпис)

Божик В.Й.
(прізвище та ініціали)

Погоджено навчально-методичною комісією
спеціальності 207 “Водні біоресурси та акавакультура”
(назва спеціальності)

протокол № 4 від « 11 » 06 2019 р.

голова комісії, доцент  Крушельницька О.В.

Затверджено рішенням навчально-методичної

комісії факультету біолого-технологічного

(назва факультету)

протокол № 6 від « 12 » червня 2019 р.

голова комісії


(підпис, прізвище та ініціали)

Лобойко Ю.В.

Ухвалено вченою радою факультету

протокол № 2 від « 19 » 06 2019 р.

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Всього годин	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів/годин	3,0 / 90	3,0 / 90
Усього годин аудиторної роботи	48	16
в т.ч.:		
• лекційні заняття, год.	16	6
• практичні заняття, год.	32	10
• лабораторні заняття, год.	-	-
семінарські заняття, год.	-	-
Усього годин самостійної роботи	42	74
Вид контролю	залік	залік

Примітка.

Частка аудиторного навчального часу студента у відсотковому вимірі:

для денної форми навчання – 53 – 47%

для заочної форми навчання – 18 – 82%

1. Предмет, мета та завдання навчальної дисципліни

2.1. Предмет, мета вивчення навчальної дисципліни. Предметом вивчення курсу “Менеджмент та маркетинг у рибництві” є:

- а) розкрити сутність основних понять і категорій менеджменту;
- б) охарактеризувати зміст процесів реалізації кожної функції управління;
- в) викласти методику використання різноманітних інструментів реалізації функцій управління;
- г) пояснити вплив різних факторів на ефективність системи управління організацією;
- д) прикладні аспекти маркетингу та досвід конкретних організацій у сфері рибного господарства;
- ж) розробка системи маркетингу у конкретних економічних, виробничих, технологічних, соціальних та інших умов.

Метою дисципліни “Менеджмент та маркетинг у рибництві” є формування у майбутніх спеціалістів з рибництва сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту та маркетингу, розуміння концептуальних основ системного управління організаціями; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття адекватних управлінських рішень.

2.2. Завдання навчальної дисципліни (ЗК, ФК)

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування у студентів необхідних компетентностей:

- **загальні компетентності:** (з ОПП розділу «Програмні компетентності» з шифрами)
 - здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
 - здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
 - знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
 - здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
 - здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
 - вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми;
 - здатність проведення досліджень на відповідному рівні;
- **фахові компетентності:** (з ОПП розділу «Програмні компетентності» з шифрами)
 - здатність прогнозувати динаміку чисельності та біомаси, складати прогноз рибопродуктивності;
 - здатність сприймати нові знання в галузі водних біоресурсів та аквакультури та інтегрувати їх з наявними;
 - здатність виконувати експерименти з об'єктами водних біоресурсів та аквакультури незалежно, а також описувати, аналізувати та критично оцінювати експериментальні дані;
 - здатність оцінювати технології вирощування водних об'єктів, знаряддя лову та знаходити рішення, що відповідають поставленим цілям і наявним обмеженням;
 - здатність здійснювати технологічні процеси, забезпечення матеріально-технічними, трудовими, інформаційними і фінансовими ресурсами;
 - здатність аналізувати господарську діяльність, проводити облік матеріальних цінностей, основних засобів, реалізацію продукції аквакультури;
 - здатність складати кошториси та оцінювати економічну ефективність проектів, управляти рибогосподарськими колективами, планувати виробництво та реалізацію продукції аквакультури.

1.3. Програмні результати навчання (Р)

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен бути здатним продемонструвати такі результати навчання:

1. Знати основні історичні етапи розвитку предметної області досліджень.

2. Збирати та аналізувати дані, включаючи аналіз помилок та критичне оцінювання отриманих результатів спеціальності водні біоресурси та аквакультура.

3. Знати та розуміти елементи рибництва (гідроекології, гідротехніки з основами проектування рибницьких підприємств, генетики, розведення та селекції, годівлі риб, іхтіопатології, економіки рибницьких підприємств).

4. Розуміти зв'язки водних біоресурсів та аквакультури із зоологією, хімією, біологією, фізикою, механікою, електронікою та іншими науками.

5. Виконувати комп'ютерні обчислення, що мають відношення до гідробіології, гідрохімії, іхтіології, вирощування та вилову водних біоресурсів та аквакультури, використовуючи належне програмне забезпечення.

6. Аналізувати результати досліджень гідрологічних, гідрохімічних і гідробіологічних та іхтіологічних показників водойм, фізіолого-біохімічний, іхтіопатологічний стан гідробіонтів, оцінювати значимість показників.

2. Структура навчальної дисципліни

3.1. Розподіл навчальних занять за розділами дисципліни

Назви розділів	Кількість годин							
	Денна форма				Заочна форма			
	Усього	у тому числі			Усього	у тому числі		
		л.	пр.	с. р.		л.	пр.	с. р.
Розділ 1. Менеджмент у рибному господарстві								
Тема: Предмет та сфера компетенції менеджменту.	8	2	2	4	10	2	-	8
Тема: Еволюція теорії та практики менеджменту.	6	2	2	2	10	-	2	8
Разом за розділом 1	14	4	4	6	20	2	2	16
Розділ 2. Методи і функції менеджменту								
Тема: Методи і функції менеджменту.	8	2	2	4	8	-	2	6
Тема: Контролювання в системі управління.	6	-	2	4	8	-	-	8
Разом за розділом 2	14	2	4	8	16	-	2	14
Розділ 3. Організації як об'єкти управління в галузі рибництва								
Тема: Організації як об'єкти управління в галузі рибництва.	8	2	2	4	6	-	2	4
Тема: Процес і методи прийняття управлінських рішень.	6	-	4	2	6	-	-	6
Разом за розділом 3	14	2	6	6	12	-	2	10
Розділ 4. Ефективність управління рибо-виробничими та соціально-психологічними процесами								
Тема: Управління персоналом як функція менеджменту.	10	2	4	4	8	2	-	6
Тема: Ефективність управління рибо-виробничими та соціально-психологічними процесами.	8	2	2	4	10	-	2	8
Разом за розділом 4	18	4	6	8	18	2	2	14
Розділ 5. Маркетинг продукції аквакультури								
Тема: Сутність маркетингу та його сучасна концепція.	12	2	4	6	8	2	-	6
Тема: Принципи та функції маркетингу.	10	2	4	4	8	-	2	6
Тема: Середовище маркетингу.	8	-	4	4	8	-	-	8
Разом за розділом 5	30	4	12	14	24	2	2	20
Усього годин	90	16	32	42	90	6	10	74

3.2. Лекційні заняття

№ з/п	Назви тем та короткий зміст за навчальною програмою	К-ість годин	
		ДФН	ЗФН
Розділ - 1: Менеджмент у рибному господарстві			
1	<p>Тема: Предмет та сфера компетенції менеджменту. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Сутність категорій “управління” та “менеджмент”. Суб’єкт і об’єкт менеджменту. Менеджери та підприємці – ключові фігури ринкової економіки. Базові види діяльності менеджера: цілепокладання, організація процесів, підтримка мотивації і комунікації, встановлення показників вимірів, сприяння професійному зростанню людей разом із собою самим. Рівні управління: технічний, управлінський, інституційний. Характеристика рівнів управління. Групи управлінських працівників: керівники, спеціалісти, службовці. Групи менеджерів. Вимоги до сучасних менеджерів.</p> <p>Тема: Еволюція теорії та практики менеджменту. Історичні етапи розвитку менеджменту. Зміст окремих етапів розвитку менеджменту.</p>	2	2
Розділ-2: Методи і функції менеджменту			
2	<p>Тема: Методи і функції менеджменту. Сутність та класифікація методів менеджменту. Методи менеджменту як сукупність способів впливу керуючої системи управління на керовану. Економічні методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту. Соціально-психологічні методи менеджменту. Поняття функцій менеджменту. Функції менеджменту як види управлінської діяльності. Особливості формування функцій менеджменту. Класифікація функцій менеджменту. Загальні (основні) функції менеджменту: планування, організація, мотивування, контроль, регулювання. Значення цілепокладання у менеджменті. Місія та цілі організації. Класифікація цілей. Процес управління за цілями.</p> <p>Тема: Контролювання в системі управління. Сутність та місце регулювання в системі управління. Характеристика конкретних (спеціальних) функцій менеджменту.</p>	2	-
Розділ – 3: Організації як об’єкти управління в галузі рибництва			
3	<p>Тема: Організації як об’єкти управління в галузі рибництва. Поняття організації. Ознаки організації. Внутрішнє середовище організації, взаємозв’язок внутрішніх змінних. Різновиди організацій: органістичні та механістичні, прості і складні, формальні та неформальні. Загальні риси організацій: ресурсний, вертикальний та горизонтальний поділ праці, залежність від зовнішнього оточення,</p>	2	-

	об'єктивність управління, структуризація.		
4	Тема: Процес і методи прийняття управлінських рішень. Природа рішень у сфері менеджменту, впливання на процес прийняття рішень, технологія розробки та обґрунтування рішень. “Дерево Цілей”. Інформація, її види та роль у менеджменті. Носії інформації. Класифікація інформації. Вимоги, які пред'являються до інформації.	2	-
Розділ – 4: Ефективність управління рибо-виробничими та соціально-психологічними процесами			
5	Тема: Управління персоналом як функція менеджменту. Концепція управління персоналом, цілі, предмет, методи, задачі.. Управлінські кадри у рибництві. Поняття кадри, оберт кадрів, структура кадрів у рибництві. Функції керівника виробництва рибопродуктів. Ситуаційні вимоги до фахівця рибовода, задачі керівників та фахівців, неофіційні обов'язки, соціальні ролі, лідерство та його функції, концепції лідерства. Підхід до лідирування з точки зору керівника. Керівництво як об'єднувальна функція менеджменту. Основні фактори та визначальні аспекти керівництва. Влада як елемент примушення. Форми влади. Підходи до керівництва. Поняття стилю керівництва. Характеристика та класифікація стилів керівництва. Конфлікти і стреси як об'єкти керівництва. Тема: Ефективність управління рибо-виробничими та соціально-психологічними процесами. Юридична та соціальна відповідальність у менеджменті. Етика у менеджменті. Взаємозв'язок етики й відповідальності у менеджменті. Сутність організаційних змін. Моделювання процесу організаційних перетворень. Опір змінам. Способи подолання опору організаційним змінам. Характеристика економічної, організаційної та соціальної ефективності менеджменту.	4	2
Розділ – 5. Маркетинг продукції аквакультури			
6	Тема. Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Етимологія слова “маркетинг”. Хронологія виникнення та розвитку маркетингу. Сутність маркетингу та його визначення. Підходи до розуміння предмета маркетингу. Еволюція концепції маркетингу. Сутність виробничої, товарної, збутової, суто маркетингової та сучасної концепцій. Концепція пасивного (епізодичного або інструментального), організаційного та активного (стратегічного) маркетингу. Суб'єкти маркетингу: продуценти товарів та послуг; організації обслуговування; оптова та роздрібна торгівля; організації та підприємства - споживачі; кінцеві споживачі; маркетингові фірми і спеціалісти, контактні аудиторії, засоби масової	2	2

	інформації.		
7	Тема: Принципи та функції маркетингу. Сутність та характеристики внутрішньо фірмового міжнародного та соціально-етичного маркетингу. Система засобів маркетингу та їхня структура (концепція"4P"). Поняття "маркетингова суміш". Тема: Середовище маркетингу. Навколишнє середовище маркетингу (зовнішнє та внутрішнє). Сили й умови зовнішнього середовища (регульовальні, економічні, технологічні, екологічні, конкурентні, соціальні). Фактори внутрішнього середовища (власники, менеджери, робітники та службовці, структурні підрозділи).	2	-
Усього годин		16	6

2.3. Практичні (лабораторні, семінарські) заняття

№ з/п	Назви тем та короткий зміст за навчальною програмою	К-ість годин	
		ДФН	ЗФН
Розділ – 1: Менеджмент у рибному господарстві			
1	Тема: Предмет та сфера компетенції менеджменту. Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, нововведення, облік, збут, зовнішньоекономічна діяльність. Категорії “закон” і “закономірність” у менеджменті. Основні закони менеджменту: закон відповідності систем цілям; закон відповідності організації системи зовнішньому середовищу; закон інерції управління; закон економії часу; закон гнучкості систем; закон постійного вдосконалення систем. Сутність, природа та роль принципів менеджменту в досягненні мети організації.	2	-
2	Тема: Еволюція теорії та практики менеджменту. Класичні теорії менеджменту: школа наукового управління; класична (адміністративна) школа управління; школа людських відносин; школа поведінських наук; емпірична школа, школа “соц. систем”, нова школа.	2	2
Розділ – 2: Методи і функції менеджменту			
3	Тема: Методи і функції менеджменту. Сутність організаційної діяльності. Повноваження, обов’язки, відповідальність. Делегування повноважень і відповідальності. Департаменталізація. Сутність організаційної структури управління. Види організаційних структур управління. Єдиноначальність: поняття, сутність. Централізація й децентралізація. Проектування організаційних структур управління. Значення людського фактора в управлінні організацією. Психологічні та фізіологічні особливості працівника.	2	2

4	Тема: Контролювання в системі управління. Механізм реалізації конкретних функцій менеджменту на засадах використання загальних. Процес управління як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих функцій, методів, управлінських рішень та інших категорій.	2	-
Розділ – 3: Організації як об'єкти управління в галузі рибництва			
5	Тема: Організації як об'єкти управління в галузі рибництва. Організація як відкрита динамічна система: керуюча та керована підсистеми. Ефект синергії. Модель організації як відкритої системи: параметри “входу”, процес перетворення, параметри “виходу”. Зовнішнє середовище організації: фактори прямої та непрямой дії. Загальні характеристики зовнішнього середовища: об'єктивність, взаємозв'язок факторів, складність, динамічність, невизначеність. Життєвий цикл організації. Організаційна культура.	2	2
6	Тема: Процес і методи прийняття управлінських рішень. Управлінські комунікації у виробництві рибопродукції. Поняття і характеристика комунікацій. Перешкоди в комунікаціях. Зворотній зв'язок у процесі комунікації. Засоби комунікацій, їх переваги та недоліки. Комунікаційний процес, елементи та етапи процесу. Моделі комунікаційного процесу. Організація комунікаційного процесу. Комунікаційні переваження.	4	-
Розділ – 4: Ефективність управління рибо-виробничими та соціально-психологічними процесами			
7	Тема: Управління персоналом як функція менеджменту. Мотивація праці та персоналу рибництва. Людський фактор в управлінні. Унікальність особистості робітника. Поняття “мотивація”. Взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і дій робітника в моделі процесу мотивації. Змістовні теорії мотивації. Процесні теорії мотивації.	2	-
8	Тема: Управління персоналом як функція менеджменту. Управлінське спілкування в рибництві. Стилi управління. Поняття “стиль керування” та “континуум стилів керування”. Авторитарне – демократичне континуум стилів керування. Шляхи підвищення ефективності використання робочого часу. Обладнання робочого місця і професійне виконання функцій.	2	-
9	Тема: Ефективність управління рибо-виробничими та соціально-психологічними процесами. Узагальнені показники підвищення економічної ефективності виробництва. Теорія і практика оцінки, аналіз методик оцінки персоналу, оцінка потенціалу працівника, оцінка індивідуального вкладу, атестація кадрів. Бальна оцінка ефективності управлінської діяльності, комплексна оцінка управлінської праці (КОУП), КТВ, КТУ – оцінка за коефіцієнтами.	2	2

Розділ – 5. Маркетинг продукції аквакультури			
10	Тема: Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Тенденції розвитку сучасної концепції маркетингу. Основні поняття маркетингу: маркетингова тріада (потреби, цінності, запити), її сутність та класифікація; сутність види та типи вимірювання попиту; товари та послуги (сутність класифікацій); ціна (споживча та вартість споживання); задоволення (функціональне і психологічне); маркетингова комунікація (сутність і система); маркетинговий розподіл; ринок (поняття та класифікація); цільовий побічний ринок підприємства та “Зона байдужості”.	4	-
11	Тема: Принципи та функції маркетингу. Види маркетингу залежно від орієнтації маркетингової діяльності (орієнтований на продукт, споживача, змішаний), сфери маркетингової діяльності (маркетинг товарів споживчого попиту, виробничо-технічного призначення, торговельний), періоду, на який розробляється маркетингова політика підприємства (стратегічний, тактичний, оперативний), попиту, основних об'єктів уваги, кінцевої мети та способів її досягнення (виробничій, товарний, збутовий, ринковий, сучасний, комерційний, некомерційний), міри координації виконуваних на підприємстві маркетингових функцій (інтегрований та не інтегрований), видів продукції (маркетинг товарів і маркетинг послуг), рівня вирішення маркетингових завдань (макро- та мікрореклама), міри диференціації маркетингових функцій (глобальний, диференційований).	4	2
12	Тема: Середовище маркетингу. Основні сили, що діють у мікросередовищі підприємства це – постачальники, маркетингові посередники, клієнтур, конкуренти, контактні аудиторії. Основні проблеми розвитку маркетингу на вітчизняних підприємствах.	4	-
Усього годин		32	10

2.4. Тематична самостійна робота

№ з/п	Назви тем та короткий зміст за навчальною програмою	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
Змістовий розділ – 1. Менеджмент у рибному господарстві			
1	Тема: Еволюція теорії та практики менеджменту. Характеристика інтегрованих підходів до управління. Розвиток управлінської думки в Україні.	2	4
Змістовий розділ – 2. Методи і функції менеджменту			
2	Тема: Методи і функції менеджменту. Поняття мотивування. Принципи врахування інтересів у мотивації. Взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і заохочень працівника у процесі мотивації. Змістовний і процесний підходи до мотивування.	2	4
Змістовий розділ – 3. Організації як об'єкти управління в галузі рибництва			
3	Тема: Процес і методи прийняття управлінських рішень. Сутність управлінських рішень. Управлінське рішення як результат управлінської діяльності. Природа процесу прийняття рішень. Чинники, що визначають процес прийняття управлінських рішень. Характеристика процесу прийняття управлінського рішення. Методи прийняття рішень.	2	4
Змістовий розділ – 4: Ефективність управління рибо-виробничими та соціально-психологічними процесами			
4	Тема: Управління персоналом як функція менеджменту. Поняття самоменеджменту, його зміст. Самоорганізація самого себе. Основи планування в самоменеджменті. Рациональний розподіл робочого часу. Правила та принципи планування часу. Менеджмент за допомогою щоденника часу. Недоліки звичайного календаря-пам'ятки. Структура щоденника часу.	2	4
Змістовий розділ – 5. Маркетинг продукції аквакультури			
5	Тема: Середовище маркетингу. Маркетингові дослідження навколишнього середовища як головна передумова успішного маркетингу (дослідження кон'юнктури й місткості ринку, конкурентного середовища, поведінки споживачів, мікро середовища фірми).	4	4
Підготовка до навчальних занять та контрольних заходів		30	54
Усього годин		42	74

4. Індивідуальні завдання

Індивідуальне завдання – це одна з форм організації навчального процесу у вищих навчальних закладах, яка передбачає узагальнення, поглиблене вивчення та закріплення знань отриманих студентом на аудиторних заняттях. Дає змогу студенту вивчити теми, які виносяться на самостійне опрацювання та захисти їх в день відробок та надання консультацій викладачами кафедри, покращивши таким чином свій бал поточного контролю.

5. Методи навчання

Вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг у рибництві» проводиться за допомогою наступних методів:

- викладання лекційного матеріалу;
- використання навчального наочного матеріалу (таблиці, схеми, лабораторне устаткування, слайди та ін.);
- використання мультимедійних засобів;
- проведення лабораторних досліджень;
- науково-дослідна робота;
- самостійна робота студентів.

Основними видами навчальних занять згідно з навчальним планом є:

- лекції;
- лабораторні заняття;
- самостійна робота студентів.

Головна мета лекційного курсу: оволодіння студентами системних знань з теоретичних засад та організаційно-методичних основ формування та функціонування системи менеджменту та маркетингу на рибогосподарських підприємствах.

Лабораторні заняття за методикою організації є практично-орієнтованими та передбачають:

- освоєння студентами загальних закономірностей формування, функціонування та розвитку системи управління організацією, управлінські відносини;

- теоретичні положення в галузі управління, які стосуються менеджменту у будь-якій сфері діяльності; прикладні аспекти менеджменту та досвід конкретних організацій; розробка системи менеджменту та конкретних економічних, виробничих, технологічних, соціальних та інших умов, процеси оперативного та стратегічного управління маркетингом.

На лабораторних заняттях практикується усне та письмове опитування.

6. Методи контролю

Успішність студентів оцінюється шляхом проведення поточного, та підсумкового контролю.

Поточний контроль проводиться на практичних заняттях упродовж семестру у вигляді усного, тестового та письмового опитування.

Поточний тестовий контроль охоплює 2 теми практичних занять і 1 тему

лекцій. Варіанти поточного тестового контролю включають 15-18 запитань залежно від об'єму теми. Тестові завдання мають 4 варіанти відповідей. Результат тестового контролю оцінюється по 1 балу за одну вірну відповідь.

7. Критерії оцінювання результатів навчання студентів

Максимальна кількість балів за дисципліну «Менеджмент та маркетинг у рибництві», яку може отримати студент протягом семестру за всі види навчальної роботи, становить **100**. Поточний контроль проводиться протягом семестру шляхом опитування (усного, тестового, експрес-контролю і ін.), перевірки виконання тем самостійної роботи тощо.

Максимальна кількість балів за засвоєння змістових модулів дисципліни протягом семестру становить 100:

$$100 \text{ (ПК)} = 100,$$

де:

100 (ПК) – 100 максимальних балів з поточного контролю, які може набрати студент за семестр.

$$\text{ПК} = \frac{100 \cdot \text{САЗ}}{5} = 20 \cdot \text{САЗ}$$

За підсумками семестрового контролю в залікову відомість студентів у графі «за національною шкалою» виставляється оцінка «зараховано/незараховано». Присутність студента при виставленні підсумкової оцінки не обов'язкова, якщо ним виконані усі передбачені види робіт.

Бал з поточного контролю може бути змінений за рахунок заохочувальних або штрафних балів: студентам, які не мають пропусків занять протягом семестру, додається 1 бал; студентам, які мають пропуски занять без поважних причин більше 20% від кількості аудиторних годин, віднімається 1 бал; за участь в університетських студентських олімпіадах, наукових конференціях - додається 1 бал, на міжвузівському рівні - додаються 2 бали тощо за рішенням кафедри.

Таблиця 1

Шкала оцінювання успішності студентів: національна та ECTS

За 100-бальною шкалою	За національною шкалою		За шкалою ECTS
	Екзамен, диференційований залік	Залік	
90 - 100	Відмінно	Зараховано	A
82 - 89	Добре		B
74 - 81			C
64 - 73	Задовільно		D
60 - 63			E
35 – 59	Незадовільно (незараховано) з можливістю повторного складання		FX
0 - 34	Незадовільно (незараховано) з обов'язковим повторним вивченням дисципліни		F

Критерії оцінювання знань студентів

Оцінка	Критерії оцінювання
5 («відмінно»)	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та розрахункових завдань, використовуючи при цьому нормативну, обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі завдання. Здатен виділяти суттєві ознаки вивченого за допомогою операцій синтезу, аналізу, виявляти причинно-наслідкові зв'язки, формувати висновки і узагальнення, вільно оперувати фактами і відомостями.
4 («добре»)	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та лабораторних завдань, використовуючи при цьому нормативну та обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість розрахункових/тестових завдань. Здатен виділяти суттєві ознаки вивченого за допомогою операцій синтезу, аналізу, виявляти причинно-наслідкові зв'язки, у яких можуть бути окремі несуттєві помилки, формувати висновки і узагальнення, вільно оперувати фактами та відомостями.
3 («задовільно»)	В цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових розрахунків, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.
2 («незадовільно»)	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових розрахунків, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив окремі розрахункові/тестові завдання. Безсистемне відділення випадкових ознак вивченого; невміння робити найпростіші операції аналізу і синтезу; робити узагальнення, висновки.

8. Навчально-методичне забезпечення

1. Конспект лекцій з дисципліни.
2. Мультимедійні презентації для проведення лекцій.
3. Матеріали для самостійного вивчення на електронних носіях.
4. Контрольні питання для поточного контролю знань.
5. Модульні питання для проведення модульних контрольних робіт.
6. Навчальні схеми та таблиці.
7. Методичні вказівки по вивченню дисципліни “Менеджмент і маркетинг у рибництві” для студентів за напрямом підготовки 207 “Водні біоресурси та аквакультура” / В.В.Сенечин. – Львів, 2018. – 32 с.

9. Рекомендована література

Базова

1. Виханський О.С., Наумов А.И., Менеджмент. – М. – 1998. – 528с.
2. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Підручник. - К.: КНЕУ, 1998.- 268с.
3. Гудзінський О. Д. Менеджмент в системі агробізнесу. – К.: Урожай. – 1994.
4. Завадський Й. С. Менеджмент: Management. – Т. 1. – К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1997. – 543 с.
5. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Основи менеджменту: Підручник. – К.: “Академвидав”, 2003. – 416 с. (Альма-матер).
6. Лозниця В.С. Психологія менеджменту. Теорія і практика. – К.: «ЕксОб». – 2000. – 512 с.
7. Мартиненко М.М. Основи менеджменту: Підручник. – К.: Каравела, 2005. – 496 с.
8. Олдкорн Р. Основы менеджмента. – М. – 1999.– 320с.
9. Основи менеджменту в АПК / за ред. Завадського І. С. – К.: Вища школа. – 1995. – 246 с.
10. Сухарський В.С. Менеджмент: теорія, методологія, практика. Монографія. – Тернопіль: Астон, 2002. – 416 с.
11. Тарнавська Н.П., Пушкар Р.М., Менеджмент: теорія та практика. – Тернопіль, -1997. – 456с.
12. Хміль Ф. І. Основи менеджменту: Підручник. – К.: Академвидав, 2003. – 608 с. (Альма-матер).

Допоміжна

13. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підруч. для вузів. К.: Лібра, 1998. -384с.
14. Герасимчук В.Г. Маркетинг: Теорія і практика: Навч. посіб. для вузів. - К.: Вища шк., Голов. вид-во, 1994. - 325 с.
15. Гірняк О. М., Лазановський П. П. Менеджмент: теоретичні основи і практикум: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів

- освіти. – К.: “Магнолія плюс”, Львів: “Новий світ – 2000”, 2003. – 336 с.
16. Лозниця В.С. Психологія менеджменту: Навч. посібник. – К.:КНЕУ, 1997, - 248 с.
 17. Немцов В. Д., Довгань Л. Є., Сініок Г. Ф. Менеджмент організацій: навчальний посібник. – К.: ТОВ “УВПК “Екс Об””. – 392 с.
 18. Осовська Г.В. Основи менеджменту: Курс лекцій. Навчальний посібник для студентів спеціальностей 7.050201 “Менеджмент організацій”. – Житомир: ЖІТІ, 1998. – 600с.
 19. Стадник В.В., Йохна М.А. Менеджмент: Посібник.- К.: Академвидав, 2003. – 464с. (Альмаматер).
 20. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження. Практич аспект. - К.; М.; СПб.: Вид. Дім «Вільямс». - 1998. - 262 с.
 21. Шегда А.В. Менеджмент: Навч. посіб. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2002. – 583 с. – (Вища освіта ХХІ століття).

10. Інформаційні ресурси

Нормативною базою вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг у рибництві» є навчальна програма, навчальний план та робоча програма дисципліни. Джерелами інформаційних ресурсів вивчення дисципліни є наступні:

Бібліотеки:

1. Львівська наукова бібліотека ім. В.Стефаника (вул. В. Стефаника, 2);
2. Львівська обласна наукова бібліотека (просп. Шевченка, 13);
3. Наукова бібліотека ЛНУ імені Івана Франка (вул. Драгоманова, 17);
4. Центральна міська бібліотека імені Л. Українки (вул. Мулярська, 2а);
5. Бібліотека ЛНУВМта БТ імені С.З. Гжицького (вул. Пекарська, 50).
6. <http://www.ukr.univer.kharkov.ua>
7. <http://www.msu.ru>