

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій
Кафедра економічної кібернетики, бізнес-економіки
та інформаційних систем**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ М.Є. Рогоза _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

«__» _____ 20__ р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Управління ризиками в маркетинг»**

освітня програма «Маркетинг»

спеціальність 075 Маркетинг
(код) (назва спеціальності)

галузь знань 07 Управління та адміністрування
(код) (назва галузі знань)

ступінь вищої освіти бакалавр

Робоча програма навчальної дисципліни «Управління ризиками в маркетинг» схвалена та рекомендована до використання в освітньому процесі на засіданні кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем

Протокол від « 31 » серпня 2020 року № 1

Полтава 2020

Укладач: Кузьменко О.К., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем, к.е.н.

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» ступеня бакалавр

_____ М.М. Іваннікова
(підпис) (ініціали, прізвище)

« _____ » _____ 20__ року

Зміст

Розділ 1. Опис навчальної дисципліни	5
Розділ 2. Перелік компонентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання	5
Розділ 3. Програма навчальної дисципліни.....	6
Розділ 4 Тематичний план навчальної дисципліни	6
Розділ 5. Система оцінювання знань студентів	10
Розділ 6. Інформаційні джерела.....	10
Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни	11

Розділ 1. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1 – Опис навчальної дисципліни «Управління ризиками в маркетингу»

Місце у структурно-логічній схемі підготовки	<i>Пререквізити:</i> Економічна теорія, основи моделювання економіки, економетрика.	
Мова викладання	Українська, англійська.	
Статус дисципліни – обов'язкова		
Курс/семестр вивчення	4 курс, 8 семестр	
Кількість кредитів ЄКТС/ кількість модулів	3	
Денна форма навчання:		
Кількість годин: – загальна кількість: 8 семестр - 90 годин		
- лекції: 16 год.		
- практичні заняття: 16 годин		
- самостійна робота: 58 годин		
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): екзамен.		
Заочна форма навчання:		
Кількість годин: – загальна кількість: 9 семестр - 90 годин		
- лекції: 4 год.		
- практичні заняття: 6 годин		
- самостійна робота: 80 годин		
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): ПМК.		

Розділ 2. Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Мета вивчення навчальної дисципліни є формування теоретичних знань та практичних навичок щодо аналізу, оцінювання, моделювання ризиків у реальному секторі економіки та набуття навичок практичного застосування інформаційних технологій для реалізації методів і моделей управління ризиком.

Таблиця 2 – Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання
ФК1. Володіння глибинними знаннями з маркетингу, зокрема засвоєння основних концепцій, розуміння теоретичних і практичних	ПРН5. Демонструвати здатність до пошуку, обробки, аналізу та узагальнення інформації для проведення

<p>проблем, історії розвитку та сучасного стану наукових знань, оволодіння науковою термінологією маркетингу.</p> <p>ФК5. Здатність обґрунтовано обирати та використовувати методи та інструменти наукових досліджень у сфері маркетингу.</p>	<p>самостійних наукових досліджень в сфері маркетингу.</p> <p>ПРН16. Аналізувати функціонування ринків та підприємств з позицій сучасної економічної теорії.</p>
---	--

Розділ 3. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1. Методи оцінювання та управління ризиками в маркетингу

1. Сутність економічного ризику.
2. Маркетингові ризики в системі економічних ризиків.
3. Управління маркетинговими ризиками.
4. Аналіз ризику. Методи оцінки ризиків.
5. Теорія ігор в управлінні маркетинговими ризиками.
6. Аналіз та способи зниження основних маркетингових ризиків.
7. Ефективність маркетингової діяльності підприємства

Розділ 4 Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
Модуль 1. Методи оцінювання та управління ризиками в маркетингу					
<p>Тема 1. Сутність економічного ризику</p> <p>Лекція 1.</p> <p>1. Вступ.</p> <p>2. Поняття про ризик.</p> <p>3. Класифікація ризиків.</p> <p>3 Вимір ризику.</p>	2	<p>Практичне заняття</p> <p>1. За видами ризиків наведіть причини їх виникнення.</p> <p>Візуалізація ризиків</p>	2	<p>Виконати індивідуальні завдання.</p> <p>Підготовка доповіді.</p> <p>Сформувати 20 тестових питань за темою.</p>	7
<p>Тема 2.</p> <p>Маркетингові ризики в системі економічних ризиків</p> <p>Лекція 2.</p> <p>Сутність ризиків в маркетингу</p> <p>1. Ризик: основні поняття та</p>	2	<p>Практичне заняття</p> <p>2. Планування маркетингового дослідження в умовах ризику з урахуванням цінності інформації</p>	2	<p>Виконати індивідуальні завдання.</p> <p>Підготовка доповіді.</p> <p>Сформувати 20 тестових питань за темою.</p>	7

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
<p>ризиками Лекція 5-6. Прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації</p> <p>1. Прийняття рішень в умовах ризику. 2. Прийняття рішень в умовах невизначеності. 3. Прийняття рішень в конфліктних ситуаціях. 4. Дерево рішень. 5. Аналіз чутливості. 6. Імітаційне моделювання.</p>	2	<p>управлінні ризиками. Практичне заняття 6. Прийняття рішень в умовах невизначеності. Практичне заняття 7. Оцінювання ризику за допомогою методу аналізу ієрархій</p>	2 2	Сформувати 20 тестових питань за темою.	
<p>Тема 6. Аналіз та способи зниження основних маркетингових ризиків Лекція 7</p> <p>1. Ризики при проведенні маркетингових досліджень. 2. Ризики у маркетинговій товарній політиці. 3. Цінові ризики. 4. Ризики у маркетинговій політиці збуту. 5. Ризики у маркетинговій політиці комунікацій.</p>	2	<p>Практичне заняття 8. Оцінки маркетингових ризиків фармацевтичного підприємства. Приклад «Управління маркетинговими ризиками торговельних підприємств».</p>	2	Виконати індивідуальні завдання. Підготовка доповіді. Сформувати 20 тестових питань за темою.	13
Тема 7. Ефективність маркетингової			6	Виконати індивідуальні завдання.	10

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
<p>діяльності підприємства Лекція 8</p> <p>1. Оцінювання ефективності маркетингової діяльності. 2. Урахування ризику при оцінюванні ефективності маркетингових інвестицій. 3. Формування портфеля маркетингових проектів з урахуванням ризику.</p>	2			Підготовка доповіді. Сформувати 20 тестових питань за темою.	
Разом	16	-	16		58

Розділ 5. Система оцінювання знань студентів

Таблиця 5 – Розподіл балів за результатами вивчення навчальної дисципліни

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (Т1-Т7): тести (14 балів), практичні роботи (35 балів), індивідуальні завдання (21 бали), поточна модульна робота (10 балів), підсумкове тестування (20 балів)	100
Разом	100

Таблиця 6 – Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	Відмінно
82–89	B	Дуже добре
74–81	C	Добре
64–73	D	Задовільно
60–63	E	Задовільно достатньо
35–59	FX	Незадовільно з можливістю проведення повторного підсумкового контролю
0–34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни та проведенням підсумкового контролю

Розділ 6. Інформаційні джерела

1. Балджи М.Д. Економічний ризик та методи його вимірювання. Навчальний посібник. Харків: Промарт, 2015. 300 с.
2. Верес О. М., Голиш В. М. Дослідження множини ризиків прийняття рішень в галузі екології – Вісник Національного університету "Львівська політехніка", Львів, 2010, № 689.
3. Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємстві.-Київ: КНЕУ, 2004.-480с.
4. Внукова Н. М., Смоляк В. А. Економічна оцінка ризику діяльності підприємств : проблеми теорії та практики. Харків : ВД "ІНЖЕК", 2006. 181 с.
5. Дев'яткіна С.С. Нормування ризиків у системі керування безпекою польотів на аеродромах цивільної авіації.- Вісник Національного Авіаційного Університету- 2011.
6. Донець Л.І. Економічні ризики та методи їх вимірювання: навчальний посібник/ МОН. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 312 с.

7. Економічний ризик: методи оцінки та управління : навч. посібник / [Т. А. Васильєва, С. В. Леонов, Я. М. Кривич та ін.] ; під заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. А. Васильєвої, канд. екон. наук Я. М. Кривич. Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2015. 208 с.
8. Івченко І. Ю. Економічні ризики : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2004. 304 с.
9. Івченко І.Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій: навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
10. Ковальчук Н.П. Економічні ризики: класифікація, принципи і способи оцінювання. К.: Актуальні проблеми економіки. - № 10.
11. Лук'янова В. В. Економічний ризик : навчальний посібник. К. : Академвидав, 2007. 462 с.
12. Машина Н.І. Економічний ризик і методи його вимірювання: навчальний посібник. К.: ЦНЛ, 2003. 188 с.
13. Полінкевич О. М., Волинець І. Г. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків: навч. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 336 с. URL: http://www.esnuir.eunu.edu.ua/bitstream/123456789/15846/1/Polinkevych_Volynets_OGROR2018.pdf
14. Ситник Віктор Федорович, Краєва Ольга Семенівна Технологія автоматизованої обробки економічної інформації: навчальний посібник/ М-во освіти України.; КНЕУ. – Київ, 1998. – 200 с.
15. Старостіна А.О., Кравченко В.А. Ризик-менеджмент: теорія та практика: навч. посіб. К.: ІВЦ “Видавництво «Політехніка»”, 2018. 200 с.
16. Федулова І. В., Скопенко Н.С. Економічні ризики та методи їх вимірювання : навч. посібник. К : Принтцентр, 2016. 298с

Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни

Пакет програмних продуктів Microsoft Office.