Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Економічний факультет
Кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
В.о. декана економічного факультету
Роман ГРЕШКО
"02" вересня 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В МАРКЕТИНГУ

Обов'язкова

Освітньо-професійна програма	*«Маркетинг»*
Спеціальність	*075 «Маркетинг»*
Галузь знань	*07 «Управління та адміністрування»*
Рівень вищої освіти:	*перший (бакалаврський)*
Факультет, на якому здійснюється підготовка фахівців	*Економічний*
Мова навчання	*Українська*

Чернівці 2024 рік

Робоча програма навчальної дисципліни **«Управління ризиками в маркетингу»** складена відповідно до вимог освітньої програми «Маркетинг», спеціальності 075 Маркетинг, галузі знань 07 Управління та адміністрування (затверджена протоколом №12 від 2 вересня 2024 р.)

Розробники:
Фень К.С., к.е.н., асистент
(П.І.Б. авторів, посада, науковий ступінь, вчене звання)

Погоджено з гарантом ОП і затверджено на засіданні кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

Протокол № 1 від «12» серпня 2024 року

Завідувач кафедри _____ Буднікевич І.М.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Схвалено методичною радою економічного факультету

Протокол № 1 від «12» серпня 2024 року

Голова методичної ради економічного факультету _____ Грешко Р.І.
(підпис) (прізвище та ініціали)

© Фень К.С., 2024 рік

1. Метою вивчення дисципліни «Управління ризиками в маркетингу» спрямовано на формування у студентів вмінь застосовувати сучасні технології та інструменти управління у різних сферах маркетингу. Оволодіння знаннями методів оцінки ризиків, які дають змогу визначити рівень конкретного виду ризику за певним напрямом підприємницької діяльності та запропонувати конкретні шляхи його зниження, а також на набуття навиків діагностування ризиків та обставин, що їм передують та передбачення потенційних втрат підприємства внаслідок настання ризикованих ситуацій та вивчення методики прийняття ефективних управлінських рішень в ситуаціях невизначеності та ризику.

2. Результати навчання:

Результатом вивчення дисципліни «Управління ризиками в маркетингу» є набуття здобувачами освіти за **ОП «Маркетинг»** наступних **компетентностей:**

Загальні компетентності	ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
Спеціальні (фахові) компетентності	СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

Програмні результати навчання за ОП «Маркетинг»:

Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб’єктів.

Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб’єкта та їх взаємозв’язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб’єкта.

3. Опис навчальної дисципліни

3.1. Загальна інформація

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість			Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	змістових модулів	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	2024/2025	8	4	120		11	22			87		Залік
Заочна	2024/2025	8	4	120		6	4			110		залік

3.2. Дидактична карта навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
Тема 1. Суть та класифікація ризиків в маркетингу	21	2	4			15	24	2	2			20
Тема 2. Управління маркетинговими ризиками.	16	2	4			10	15					15
Тема 3. Методичний інструментарій оцінювання маркетингових ризиків	19	2	2			15	17	2				15
Тема 4. Прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації	15	1	2			12	15					15
Тема 5. Особливості управління окремими видами маркетингових ризиків	15	1	4			10	19	2	2			15
Тема 6. Ефективність маркетингу з урахуванням ризику	21	2	4			15	15					15
Тема 7. Моделювання економічного ризику та теорія гри	13	1	2			10	15					15
Усього годин	120	11	22			87	120	6	4			110

3.3. НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В МАРКЕТИГУ»

3.4. План лекційних занять з дисципліни «Управління ризиками в маркетингу»

Тема	Год.
Тема 1. ***Сутність та класифікація ризиків в маркетингу*** 1. Сутність маркетингових ризиків та їх місце у підприємницькій діяльності 2. Способи класифікації ризиків в маркетингу 3. Систематизація маркетингових ризиків за джерелами виникнення та сферами прояву	2
Тема 2. Управління маркетинговими ризиками 1. Міжнародні стандарти ризик-менеджменту 2. Концепція та процес управління ризиками в маркетингу 3. Способи нейтралізації маркетингових ризиків 4. Маркетингове управління в умовах невизначеності	2
Тема 3. ***Методичний інструментарій оцінювання маркетингових ризиків*** 1. Ідентифікація маркетингових ризиків: сутність та методи 2. Поняття, завдання та види аналізу маркетингових ризиків 3. Методичні підходи до вимірювання ризиків в маркетингу 4. Визначення ступеня маркетингового ризику	2
Тема 4. ***Прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації*** 1. Прийняття рішень в умовах ризику 2. Прийняття рішень в умовах невизначеності 3. Прийняття рішень в конфліктних ситуаціях 4. Дерево рішень в аналізі ризику 5. Аналіз чутливості маркетингових проектів до факторів ризику 6. Імітаційне моделювання в маркетингу	1
Тема 5. ***Особливості управління окремими видами маркетингових ризиків*** 1. Ризики при проведенні маркетингових досліджень 2. Ризики формування стратегії маркетингу 3. Ризики в маркетинговій товарній політиці 4. Ризики в маркетинговому ціноутворенні 5. Ризики у маркетинговій політиці збуту 6. Ризики у маркетинговій політиці комунікацій	1
Тема 6. ***Ефективність маркетингу з урахуванням ризику*** 1. Прогнозування ефективності маркетингової діяльності в умовах неповної інформації 2. Урахування ризику при оцінюванні ефективності маркетингових проектів 3. Формування портфеля маркетингових проектів з урахуванням ризику	2
Тема 7. ***Моделювання ризику та теорія гри*** 1. Критерій Байєса 2. Критерій Бернуллі–Лапласа 3. Критерій Вальда 4. Критерій мінімального ризику Севіджа 5. Критерій Гурвіца	1

3.5. Тематика практичних занять з дисципліни «Управління ризиками в маркетингу»

Тема	Год.
Тема 1. ***Сутність та класифікація ризиків в маркетингу*** 1. Сутність маркетингових ризиків та їх місце у підприємницькій діяльності 2. Способи класифікації ризиків в маркетингу 3. Систематизація маркетингових ризиків за джерелами виникнення та сферами прояву	4
Тема 2. Управління маркетинговими ризиками 1. Міжнародні стандарти ризик-менеджменту 2. Концепція та процес управління ризиками в маркетингу 3. Способи нейтралізації маркетингових ризиків 4. Маркетингове управління в умовах невизначеності	4
Тема 3. ***Методичний інструментарій оцінювання маркетингових ризиків*** 1. Ідентифікація маркетингових ризиків: сутність та методи 2. Поняття, завдання та види аналізу маркетингових ризиків 3. Методичні підходи до вимірювання ризиків в маркетингу 4. Визначення ступеня маркетингового ризику	2
Тема 4. ***Прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації*** 1. Прийняття рішень в умовах ризику 2. Прийняття рішень в умовах невизначеності 3. Прийняття рішень в конфліктних ситуаціях 4. Дерево рішень в аналізі ризику 5. Аналіз чутливості маркетингових проектів до факторів ризику 6. Імітаційне моделювання в маркетингу	2
Тема 5. ***Особливості управління окремими видами маркетингових ризиків*** 1. Ризики при проведенні маркетингових досліджень 2. Ризики формування стратегії маркетингу 3. Ризики в маркетинговій товарній політиці 4. Ризики в маркетинговому ціноутворенні 5. Ризики у маркетинговій політиці збуту 6. Ризики у маркетинговій політиці комунікацій	4
Тема 6. ***Ефективність маркетингу з урахуванням ризику*** 1. Прогнозування ефективності маркетингової діяльності в умовах неповної інформації 2. Урахування ризику при оцінюванні ефективності маркетингових проектів 3. Формування портфеля маркетингових проектів з урахуванням ризику	4
Тема 7. ***Моделювання ризику та теорія гри*** 1. Критерій Байєса 2. Критерій Бернуллі–Лапласа 3. Критерій Вальда 4. Критерій мінімального ризику Севіджа 5. Критерій Гурвіца	2

3.6. Зміст завдань для самостійної роботи

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З КУРСУ «УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В МАРКЕТИНГУ»

Завдання	Бали
Після вивчення теоретичного матеріалу та самостійної роботи з рекомендованими літературними джерелами необхідно підготувати і презентувати проєкт на тему «Ризики на підприємствах». У презентації студент має на прикладі продемонструвати позитивну і негативну сторону врахування ризиків.	3
Підготувати наукову доповідь про приклади найбільш успішних підприємств у діяльності яких були враховані ризики на прикладі провідних вітчизняних та світових компаній.	3
Підготувати приклади успішних та провальних маркетингових ризиків.	3
Розкрити суть основних методів ризикології. Наведіть приклади їх практичного використання.	3
Провести порівняльне дослідження місій вітчизняних та зарубіжних компаній.	3
Навести декілька прикладів реального впливу зовнішнього середовища на вибір концепції управління ризиками в маркетингу.	3

4. Методи навчання, форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

4.1. Методи навчання:

МН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).

МН2 – бізнес-кейси (індивідуальні або командні) .

МН3 – ділові ігри;

МН4 - проєктні завдання (індивідуальні та командні проєкти);

МН5 – методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали тощо).

МН6 – робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.

МН7 – самостійна робота над індивідуальним завданням.

МН9 – тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів.

МН10 – реферативні та пошукові дослідження.

4.2. Формами поточного контролю є:

МО1 – презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.

МО2 – захист бізнес-кейсів, результатів досліджень.

МО3 – аналітичні звіти, реферати.

МО4 – презентації результатів виконання завдань.

МО5 – презентація творчих завдань

МО6 – командні результати ділових ігор.

МО7 – командні результати проєктних завдань.

МО8 – презентація власного підготовленого кейсу, які складені на основі реальних сценаріїв і стратегій розвитку компаній, інноваційних регіонів.

МО9 – підсумковий контроль – іспит у тестовій формі.

За семестр студент може отримати максимум 60 балів.

4.3. Критерії оцінювання знань студентів при складанні заліку з навчальної дисципліни «Управління ризиками в маркетингу»

Контрольні заходи включають поточний та підсумковий контроль знань студента. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять, самостійної роботи та має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання на завершальному етапі.

Підсумкова оцінка формується з балів, отриманих протягом семестру (максимальна кількість – 60), та балів, отриманих на підсумковому контролі – залік (максимальна кількість – 40).

Кількість балів за кожний навчальний елемент дисципліни «Управління ризиками в маркетингу» виводиться з суми поточних видів контролю (за виступи та доповнення під час проведення практичних занять, розв'язок задача та ситуацій, тестові завдання, глосарій та ін.) з урахуванням обмеження по максимально можливій кількості балів.

Набрана сума балів дозволяє отримати таку оцінку за шкалою оцінювання КМСОНП:

За шкалою ECTS	**За національною шкалою**	**Рейтингова оцінка з дисципліни**
A	5 / відмінно	90-100
B	4 / добре	80-89
C	4 / добре	70-79
D	3 / задовільно	60-69
E	3 / задовільно	50-59
FX	2 / незадовільно	35-49
F	2 / незадовільно з обов'язковим повторним курсом	0-34

Студент, який не отримав позитивні оцінки за підсумками роботи над кожним модулем та набрав менше 35 балів, вважається неатестованим та не допускається до складання іспиту. Допущеним до складання іспиту студент може бути лише в разі відпрацювання всього матеріалу, передбаченого навчальним планом у повному обсязі або тієї частини навчального матеріалу, за яким він був не атестований.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне оцінювання (*аудиторна та самостійна робота*)							Кількість балів (залік)	Сумарна к-ть балів
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7		
10	8	10	8	8	8	8	40	100

Формами підсумкового контролю є залік – 40 балів.

7. Список рекомендованої літератури

Основна література

1. Вітлінський В.В., Верченко П.І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Київ: КНЕУ, 2000. 292 с.
2. Івченко І.Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій: Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
3. Кравченко М.О., Бояринова К.О. Управління ризиками: Методичні вказівки до проведення практичних занять та самостійної роботи студентів. Київ: Кондор, 2014. 84 с.
4. Пікус Р. Управління фінансовими ризиками: навчальний посібник. Київ: Знання. 2011. 598 с.
5. Управління ризиками в інноваційній діяльності: навчальний посібник / Кузьмін О. Є., Подольчак Н. Ю., Подольчак Н. І., Вербицька Л. Г. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 240 с.
6. Лабурцева О.І. Ризики в маркетингу: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 476 с.
7. Балджи М.Д. Економічний ризик та методи його вимірювання : навчальний посібник. Харків: Промарт, 2015. 300 с.
8. Вітлінський В. В. Ризикологія в економіці та підприємництві: Монографія. К.: КНЕУ, 2014. 480 с.
9. Економічний ризик: методи оцінки та управління : навч. посібник / [Т. А. Васильєва, С. В.Лєонов, 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.
10. Загурський О. Управління ризиками. К.: Університет Україна, 2016. 244 с.
11. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Карпов А.В. Економічний ризик та методи його вимірювання :навчальний посібник. Одеса, 2017. 200 с.
12. Лісовська Ю. Кібербезпека. Ризики та заходи. К.: Кондор, 2019. 272 с.

Допоміжна література

1. Логвінова О. П., Семененко І. М. Обгрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків: навч. посіб. Х. : Вид-во «Лідер», 2015. 370 с.
2. Матвійчук А. В. Аналіз і управління економічним ризиком: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2015. 224 с.
3. Мостенська Т., Шинкарук Л. Інвестиційний менеджмент. Навчальний посібник. К. Кондор, 2017. 308 с.
4. Посохов І. М. Управління ризиками у підприємництві: навчальний посібник. Харків : НТУ «ХПІ», 2015. 220 с.
5. Ризик у ринковій економіці: навч. посіб. за ред .Т. Є. Андрєєва, Т. Е. Петровська. Харків: Бурун Книга, 2015. 128с.

6. Свед М. Мислення за принципом Чорної скриньки. Як звести ризик до мінімуму. К. КМ-БУКС, 2018. 464 с.

7. Стрельбіцька Н. Є. Становлення та розвиток міжнародних стандартів управління ризиками. Вісник КНТЕУ. 2015. No 6. С. 84-93.

8. Сулим М., Пенцак О. Обгрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків: Підручник для студентів вищих навчальних закладів.Львів: «Новий світ 2000», 2015. 330 с.

9. Талеб Н.Н. Шкура у грі. К.: Наш формат, 2019. 432 с.

10. Теоретико-методологічні основи аналізу та врахування господарського ризику в діяльності підприємств : Монографія ; керівник авт. кол. проф. Н.С.Скопенко. К.: Кондор-Видавництво, 2015. 301 с.

11. Управління ризиками на підприємствах харчової промисловості : Монографія ;; керівник авт. кол. проф. І.В.Федулова. К. : ЦП «Принтцентр», 2016. 321 с.

12. Управління фінансовими ризиками : навч. посібник / Куцик П.О., Васильців Т.Г., Сороківський В.М., Стефаняк В.І., Сороківська М.В. Львів : Растр-7, 2016. 318 с.

13. Андрєєва Т. Є., Петровська Т. Е. Ризик у ринковій економіці: навч. посіб. Харків: Бурун Книга, 2015. 128с.

14. Білорус О. Г. Економічна система глобалізму. К.: КНЕУ, 2013. 360 с.

15. Вітлінський В. В., Верченко П. І., Сігал А. В., Наконечний Я. С. Економічний ризик: ігрові моделі: навч. посіб. за ред. В. В. Вітлінського. К.: КНЕУ, 2012. 448 с.

8. Інформаційні ресурси

1. Про інформацію : Закон України (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/про%20інформацію
2. Про рекламу : Закон України (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/ laws/show/про%20рекламу
3. Про внесення змін до критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження господарської діяльності, пов'язаної з виробництвом, випуском і реалізацією продукції (виконанням робіт, наданням послуг), та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю) : Постанова Кабінету Міністрів України № 1433 від 23.12.2009 // Урядовий кур'єр. – 2010. – № 59 від 31.03.10.
4. Про затвердження Методики виявлення ризиків, пов'язаних з державно-приватним партнерством, їх оцінки та визначення форми управління ними : Постанова Кабінету Міністрів України № 232 від 16.02.2011 // Урядовий кур'єр. – 2011. – № 62 від 05.04.11.
5. Про затвердження Порядку визначення класу професійного ризику виробництва за видами економічної діяльності : Постанова Кабінету Міністрів України № 237 від 08.02.2012 // Урядовий кур'єр. – 2012. – № 70 від 18.04.12.

Додаток 1

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В МАРКЕТИНГУ»

Тема 1

Суть та класифікація ризиків в маркетингу

Поняття ризику, його ймовірнісні характеристики. Суб'єкт та об'єкт ризику. Функції ризику. Причини виникнення ризиків в підприємництві. Взаємозв'язок понять «ризик» та «невизначеність». Психологічні передумови прийняття ризикових рішень.

Ознаки класифікації та види ризиків. Системні та внутрішні ризики підприємства. Виробничі, транспортні, фінансові, інвестиційні, комерційні (маркетингові) ризики, ризики у соціально-трудових відносинах. Розмежування ризиків за економічними наслідками.

Тема 2

Управління маркетинговими ризиками.

Поняття ризик-менеджменту. Етапи процесу управління ризиком: збір інформації за аспектами ризику, якісний аналіз, методи кількісного оцінювання ризику, розробка заходів щодо оптимізації ризику, прийняття чи відхилення ризикового рішення. Правила управління ризиками.

Дисперсійний метод оцінювання ризику, основні показники варіації. Імовірнісний метод оцінювання ризику. Визначення ймовірності досягнення бажаного результату за інтегральною функцією щільності розподілу ймовірностей. Метод β-коефіцієнта оцінювання системного ризику проекту (бізнесу).

Тема 3

Методичний інструментарій оцінювання маркетингових ризиків

Сутність та групування якісних методів оцінювання ризику. Метод мозкового штурму. Загальна характеристика експертних процедур, їх використання для розрахунку рівня ризику проекту. Перевірка узгодженості дій експертів на основі розрахунку коефіцієнта конкордації. Методи асоціацій та аналогій.

Тема 4

Прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації

Поняття диверсифікації, сутність політики диверсифікації підприємства, поняття кореляції активів. Причини диверсифікації підприємницької діяльності. Переваги та недоліки диверсифікації. Аналітичний, табличний та графічний методи визначення доцільності диверсифікації.

Тема 5

Особливості управління окремими видами маркетингових ризиків

Ризик інвестиційного портфеля. Принципи формування та оптимізація структури портфеля інвестицій. Критерії оцінки інвестиційних проектів. Вплив ризику та інфляції на величину очікуваної ставки відсотку (дисконту).

Тема 6

Ефективність маркетингу з урахуванням ризику

Методи уникнення ризику. Характеристика основних засобів регулювання ризику: резервування засобів, система вибору клієнтів, залучення зовнішніх джерел, здобуття додаткової інформації, диверсифікація, лімітування, біржове хеджування ризиків.

Сутність страхування, суб’єкти та об’єкти страхування. Особисте, майнове страхування та страхування відповідальності. Критерії прийняття рішень щодо страхування ризиків.

Тема 7

Моделювання економічного ризику та теорія гри

Використання матриць в оцінюванні альтернативних рішень. Критерії прийняття рішень в умовах високої ентропії: максимінний критерій Вальда, мінімаксний критерій Севіджа, критерій недостатнього обґрунтування Лапласа, критерій узагальненого песимізму-оптимізму Гурвіца.

Методологічні засади теорії ігор. Класифікація ігор. Чиста та змішана стратегії. Засоби розв’язання завдань теорії ігор. Оптимальна поведінка в умовах специфічних видів ризику.