



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ
«ПІДПРИЄМНИЦЬКІ РИЗИКИ» -
дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни в контексті підготовки фахівців з маркетингу.

Мета навчальної дисципліни є формування у майбутніх фахівців системи теоретичних знань і набуття практичних навичок у галузі аналізу та ідентифікації ризиків підприємства, їх оцінки та мінімізації.

2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:

ЗНАТИ: сутність підприємницького ризику та причини його виникнення; класифікацію ризиків за ключовими ознаками; основні методи виявлення ризику; основні методи кількісного аналізу підприємницьких ризиків; характеристики виробничих, маркетингових та фінансових ризиків; основні поняття ризик-менеджменту; основи організації процесу управління ризиком.

ВМІТИ: ідентифікувати економічні ризики діяльності господарюючих суб'єктів; здійснювати якісний та кількісний аналіз ступеню ризику статистичним та експертним методами; здійснювати якісний та кількісний аналіз ступеню ризику аналітичним методом та методом аналогів; аналізувати ефективність методів управління ризиком; вибирати доцільні заходи з управління виробничими, маркетинговими та фінансовими ризиками

3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:

- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
- визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків;
- знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- здатність діяти соціально відповідально та свідомо
- здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими;
- здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності;
- здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу;
- здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.
- здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетингологам для набуття практичних вмінь з управління підприємницькими ризиками для підвищення ефективності діяльності підприємства. В Україні існують та створюються структурні підрозділи з управління ризиками на підприємствах. Ризикологія бурхливо розвивається і відкриває широкі можливості для професійного та кар'єрного зростання фахівців економічного профілю, а також для достойного заробітку.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Функціонування підприємств в умовах невизначеності та ризику.
2. Ризик та його різновиди. Класифікація ризиків.
3. Якісний та кількісний аналіз підприємницького ризику.
4. Методи кількісної оцінки ступеня ризику.
5. Характеристика виробничих, маркетингових та фінансових ризиків.
6. Методи управління підприємницькими ризиками