



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ
«РИЗИК У МАРКЕТИНГУ» -
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 ознайомлення студентів із сучасними науковими досягненнями в теоретичних питаннях ринку, навчити способів оцінки ризикових ситуацій, методів прогнозування кінцевого результату і прийняття оптимальних маркетингових рішень в умовах невизначеності, випадковості і конфлікту.

2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:

ЗНАТИ: оволодіти термінологією, класифікацією економічних ризиків у маркетингу; оволодіти методами управління ризиками; навчитися ідентифікувати ризики; оцінювати ризики і розробляти програму управління ними.

ВМІТИ: проводити класифікацію економічних ризиків у маркетингу; формувати план управління ризиками в маркетинговій діяльності; використовувати аналітичні підходи до ідентифікації та оцінки ризиків; застосовувати практичні навички з прийняття управлінських маркетингових рішень в умовах невизначеності; здійснювати аналіз та використовувати способи зниження основних маркетингових ризиків.

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 маркетологам для набуття практичних вмінь з управління ризиками для підвищення ефективності маркетингової 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. Сутність економічного ризику.
2. Маркетингові ризики в системі економічних ризиків.
3. Управління маркетинговими ризиками.
4. Аналіз ризику. Методи оцінки ризиків.
5. Теорія ігор в управління маркетинговими ризиками.
6. Аналіз та способи зниження основних маркетингових ризиків.
7. Ефективність маркетингової діяльності підприємства