



Донецький державний  
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Управління ризиками в маркетинговій діяльності

КАФЕДРА

### маркетингу

РОЗРОБНИК

**Єременко Олена Миколаївна**

к.е.н., доцент

[yeremenko.o@inbox.dsum.edu.ua](mailto:yeremenko.o@inbox.dsum.edu.ua)

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**3**

кредити ЄКТС  
(90 годин)

**32**

годин контактна робота з викладачем  
(16 годин лекцій;  
16 годин семінарських занять)

**58**

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**перший**

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

**українська**

ФОРМА КОНТРОЛЮ

**екзамен**

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

нормативна для спеціальності 075 «Маркетинг»

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

вивчення дисципліни базується на успішному опануванні знань, в першу чергу, таких дисциплін, як «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Бухгалтерський облік», «Статистика», «Економічний аналіз», «Маркетинг» та інших дисциплін, що безпосередньо формують компетенції фахівця відповідної спеціальності, цілеспрямованої роботи над вивченням спеціальної літератури.

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо використання основ управлінських рішень в умовах невизначеності маркетингового середовища, оволодіння методами управління маркетинговими ризиками, запобігання впливу економічних ризиків на діяльність підприємства.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### **Модуль 1. Теоретико-методологічні основи управління ризиками підприємства**

**Тема 1.** Поняття, сутність і функції економічного ризику

**Тема 2.** Місце і особливості маркетингових ризиків в системі економічних ризиків

**Тема 3.** Основні засади управління маркетинговими ризиками

### **Модуль 2. Методи моделювання маркетингових ризиків у процесі прийняття управлінських рішень**

**Тема 4.** Сучасні методи аналізу і оцінки ризиків

**Тема 5.** Теоретико-ігрове моделювання управління маркетинговими ризиками

**Тема 6.** Психологічні аспекти способів зниження маркетингових ризиків

**Тема 7.** Оцінка ефективності управлінських рішень щодо запобігання маркетингових ризиків

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;
- оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень;
- пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта;
- виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;



## Донецький державний університет управління

- відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи;
- виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

### МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

### РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

#### **Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.**

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 35 балів.
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 30 балів;
- Виконання творчо-пошукового завдання – ~ 20 балів
- Виконання завдань ділової гри – ~ 15 балів
- Екзамен – ~ 100 балів.

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни – середньоарифметичне балів поточної успішності та балів за екзамен

#### **Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:**

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

#### **За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:**

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

#### **Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:**

Шкала оцінювання ЄКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



## Донецький державний університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

### Основна література:

1. Донець В.Л., Шепеленко О.В., Баранцева С.М., Сергєєва О.В., Веремейчик О.Ф. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків: навчальний посібник. К: Центр навчальної літератури, 2012. 464 с.
2. Економічний ризик: методи оцінки та управління: навчальний 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.
3. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Карпов А.В. Економічний ризик та методи його вимірювання: навчальний посібник. Одеса, 2011. 200 с.
4. Ризик у маркетингу: Конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня освітньо професійної програми «Маркетинг» галузь знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг денної та заочної форм навчання / уклад. І.Ф. Лорві. Луцьк: Луцький НТУ, 2019. 84 с.
5. Старостіна А.О. Ризик менеджмент: теорія та практика: навчальний посібник. К.: Кондор, 2018. 220 с.

### Англомовні видання:

1. Tamvakis, Michael Commodity Trade and Finance: 2nd ed. Publisher: Taylor and Francis. 2015. 529 p.
2. Philip Kotler. Kotler On Marketing: How To Create, Win, and Dominate Markets. London. 2010. 643 p.
3. Philip Kotler, Veronika Wong, John Saunders. Principles of Marketing. London. 2007. 1199 p.

### Інтернет джерела:

1. Marketer – інтернет видання про маркетинг і технології для бізнесу, стартапів і підприємців. URL: <https://marketer.ua/ua/>
2. Український маркетинг-форум. URL: <https://marketingforum.com.ua/>
3. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/>
4. Портал підприємців України. URL: <http://chp.com.ua/ua/>