

**Силабус навчальної дисципліни  
«Маркетингові ризики»**

**Галузь знань:** 07 Управління та адміністрування

**Спеціальність:** 075 Маркетинг

**Освітня програма:** Маркетинг

**Рівень вищої освіти:** перший (бакалаврський)

**Курс:** 4

**Семестр:** 7

<b>Факультет</b>	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
<b>Кафедра</b>	Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
<b>Викладач(-і)</b>	<b>ПІБ:</b> Корнієнко Тетяна Олександрівна <b>Посада:</b> доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки <b>E-mail:</b> korniyenko.t@udpu.edu.ua
<b>Лінк на освітній контентдисципліни</b>	<a href="https://moodle.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=158">https://moodle.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=158</a>
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
<b>Загальний обсяг дисципліни:</b> <b>кредити ЄКТС / години</b>	4/120
<b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>	<b>Денна форма:</b> лекції (30год.), семінарські (30год.), самостійна робота(60год.)
	<b>Заочна форма:</b> лекції (8 год.), семінарські (8 год.), самостійна робота (104год.)
<b>Політика дисципліни</b>	<b>Академічна доброчесність.</b> Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. <b>Відвідування занять.</b> Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. <b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти.</b> Здобувачі освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
<b>Що будемо вивчати?</b>	Курс передбачає вивчення інструментарію ідентифікації, оцінювання та нейтралізації маркетингових ризиків, а також особливостей управління окремими видами ризиків у сфері маркетингових досліджень, формування стратегії маркетингу, товарної, цінової, збугової та комунікаційної політик.
<b>Чому це треба вивчати?</b>	Надати студентам знання щодо методики адаптації маркетингової діяльності до специфічних особливостей ринків на прикладі поглибленого вивчення основних принципів та специфіки ринку, форм й методів вітчизняного та світового досвіду маркетингової діяльності.
<b>Яких результатів можна досягнути?</b>	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. 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.

<b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
<b>Зміст дисципліни</b>	Сутність та класифікація ризиків в маркетингу. Інструментарій оцінювання маркетингових ризиків. Способи зниження ризиків. Управління маркетинговими ризиками. Прийняття маркетингових рішень в умовах невизначеності. Ризики в маркетинговій товарній політиці. Ризики в маркетинговому ціноутворенні. Ризики в маркетинговій політиці розподілу і збуту. Ризики в маркетинговій політиці комунікацій. Ризики при проведенні маркетингових досліджень.
<b>Обов'язкові завдання</b>	Планується виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових декількох видів завдань: підготовці доповідей за заданою проблематикою дисципліни; підготовка до поточного контролю знань, що полягає в опрацюванні контрольних запитань, питань для самодіагностики, самостійному опрацюванні теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою, письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).
<b>Міждисциплінарні зв'язки</b>	Маркетинг, маркетингова товарна політика, маркетингові комунікації
<b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ковальчук Т. Макроекономічні ризики: класифікаційні ознаки, способи вимірювання, шляхи мінімізації. <i>Банківська справа</i>. 2017. № 4. С.3-13.</li> <li>2. Андрійчук В., Бауер А. Менеджмент: прийняття рішень і ризик [Текст] : навч. посіб. – Київ : КНЕУ, 1998. 316 с.</li> <li>3. Старостіна А. О., Кравченко В. А. Ризик-менеджмент: теорія та практика : навч. посібник : рек. МОН України як навч. посібник для студ. ВНЗ, які навч. за освітньо-професійною програмою спец. з напрямку "Економіка і підприємництво" / МОН України, Національний техн. ун-т України "Київський політехнічний ін-т". Київ : Кондор : Політехніка, 2009. 199 с.</li> <li>4. Ризик-менеджмент у фінансовій сфері : навч. посіб. / МОН України, Уманський ДПУ імені Павла Тичини ; уклад. М. А. Слатвінський ; [рец. Чирва О. Г., Курмаєв П. Ю.]. Умань : Візаві, 2017. 395 с.</li> </ol>
<b>Поточний контроль</b>	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i>
<b>Підсумковий контроль</b>	Залік. Порядок та організація контроль знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Розробник



(Корнієнко Тетяна Олександрівна)