

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Економічний факультет

Кафедра менеджменту і маркетингу

**УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ РИЗИКАМИ**

Освітня програма Маркетинг

Спеціальність 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри  
Протокол № 1 від “27” серпня 2020 р.

м. Івано-Франківськ – 2020 р.

## ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання та компетентності
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	Управління маркетинговими ризиками
<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень
<b>Викладач (-і)</b>	Благу́н Іван Іванович, к.е.н., доц. менеджменту і маркетингу
<b>Контактний телефон викладача</b>	+380996312526
<b>E-mail викладача</b>	ivan.i.blahun@pnu.edu.ua
<b>Формат дисципліни</b>	Очний, заочний
<b>Обсяг дисципліни</b>	6 кредити ЄКТС, 180 год.
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="http://www.d-learn.pu.if.ua">http://www.d-learn.pu.if.ua</a>
<b>Консультації</b>	Консультації проводяться відповідно до графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді/сайті кафедри
<b>2. Анотація до курсу</b>	
<p>. Сучасному бізнесу притаманне різке зростання мінливості факторів зовнішнього бізнес-середовища, яке істотно впливає на ефективність управлінських рішень, що стосуються стратегічних та тактичних напрямків діяльності компанії. Особливо відчутні проблеми, пов'язані із нестабільністю умов ведення бізнесу, а значить і з його підвищеною ризикованістю. Предметом вивчення навчальної дисципліни є теоретико-методологічні, методичні та практичні аспекти управління ризиками в маркетинговій діяльності.</p> <p>Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових блоків:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Теоретичні засади управління маркетинговими ризиками</li> <li>2. Ідентифікація та управління ризиками</li> </ol>	
<b>3. Мета та цілі курсу</b>	
<p>Метою дисципліни є формування у студентів знань щодо методології управління маркетинговими ризиками та оволодіння практичним інструментарієм застосування прийомів і методів їх ідентифікації та оптимізації, створювання умов безпеки в фінансово-господарській діяльності бізнес-структур.</p> <p>Основними цілями вивчення дисципліни є теоретична й практична підготовка студентів щодо організації робіт із методології управління маркетинговими ризиками на підприємстві.</p>	
<b>4. Компетентності та результати навчання</b>	
<b>Програмні компетентності</b>	
<p><b>ІК.</b> Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.</p> <p><b>ЗК3.</b> Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p><b>ЗК5.</b> Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p><b>ЗК6.</b> Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p><b>ЗК7.</b> Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p><b>ЗК8.</b> Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p><b>ЗК9.</b> Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p><b>ЗК13.</b> Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p><b>СК3.</b> Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p><b>СК4.</b> Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p><b>СК 5.</b> Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p><b>СК7.</b> Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p><b>СК 8.</b> Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p><b>СК 9.</b> Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p>	

**СК10.** Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

**СК13.** Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.

**СК14.** Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

#### Програмні результати навчання

**ПРН3.** Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

**ПРН4.** Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

**ПРН8.** Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

**ПРН9.** Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

**ПРН13.** Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

### 5. Організація навчального курсу

Обсяг курсу – 180 годин, екзамен

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	28
семінарські заняття	32
самостійна робота	120

  

Ознаки курсу			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
6	075 маркетинг	3	Вибірковий

### Тематика курсу

Тема, план	Форма заняття	Література	Завдання, год	Термін виконання
Тема 1. Сутність економічного ризику	Лекція, семінарське заняття	[5-7,11]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 2. Маркетингові ризики в системі економічних ризиків	Лекція, семінарське заняття	[1-4,8]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 3. Управління маркетинговими ризиками	Лекція, семінарське заняття	[2-6,12]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 4. Аналіз ризику	Лекція, семінарське заняття	[2-6,11]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 5. Методи оцінки ризиків	Лекція, семінарське заняття	[1-4,10]	Опрацювати лекційний матеріал,	До наступного заняття за розкладом

			підготуватися до семінарського заняття	
Тема 6. Аналіз та способи зниження основних маркетингових ризиків	Лекція, семінарське заняття	[1-3,11]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 7. Система управління підприємницьким ризиком	Лекція, семінарське заняття	[3-4,12]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 8. Особливості управління виробничими, маркетинговими та фінансовими ризиками	Лекція, семінарське заняття	[2-8,12]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 9. Особливості управління фінансовими ризиками	Лекція, семінарське заняття	[3-6,10]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 10. Методи зниження ризику в різних підприємницької діяльності	Лекція, семінарське заняття	[4-7,9]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	До наступного заняття за розкладом
Тема 11. Ефективність маркетингової діяльності регіональних підприємств	Лекція, семінарське заняття	[4-7,9]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття	До наступного заняття за розкладом

### 6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	<b>100 бальна – (50 балів протягом семестру та 50 балів за екзамен)</b>				
	Поточне тестування та самостійна робота			Екзаменаційна робота (екзамен)	Сума балів з навчальної дисципліни
	<b>Поточний контроль</b>	<b>Самостійна робота</b>	<b>Індивідуальне завдання</b>		
	Теми 1-11	Теми 1-11		Теми 1-11	
	30	10	10		
	<b>50</b>			<b>50</b>	<b>100</b>
Вимоги до письмової роботи	Головна мета письмової роботи – перевірка самостійної роботи студентів в процесі навчання, виявлення ступеня засвоєння ними теоретичних положень курсу. Завдання формуються індивідуально для студента.				
Семінарські заняття	Семінарське заняття проводиться з метою формування у студентів умінь і навичок з предмету, вирішення сформульованих завдань, їх перевірка та оцінювання. За метою і структурою практичні заняття є ланцюжком, який пов'язує теоретичне навчання і самостійне опрацювання питань із дисципліни, а також передбачає попередній контроль знань студентів.				

	Неформальна освіта може бути зарахована в розрізі однієї з тем (або декількох тем). Врахування неформальної освіти відбувається в разі відповідності назви диплома чи сертифікати про неформальну освіту з назвою теми дисципліни (або тем дисципліни).
Умови допуску до підсумкового контролю	Студент повинен набрати не менше 25 балів у сумі за три змістові блоки: Поточний контроль (1-30 балів). Самостійна робота (1-10 балів). Індивідуальне завдання (1-10 балів).
<b>7. Політика курсу</b>	
<p>1. Самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей).</p> <p>2. Опрацювання теоретичного матеріалу, виконання розрахункових робіт, проходження тестування в дистанційній формі навчання, виконання індивідуальних творчих завдань.</p> <p>3. Опрацювання і підготовка до дискусій з приводу матеріалу, викладеного в хрестоматіях для самостійної роботи.</p> <p>4. Посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей.</p> <p>5. Надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.</p> <p>Засвоєння пропущеної теми лекції з поважної причини перевіряється під час складання підсумкового контролю. Пропуск лекції з неповажної причини відпрацьовується студентом відповідно вимог кафедри, що встановлені на засіданні кафедри.</p> <p>Пропущені практичні заняття, незалежно від причини пропуску, студент відпрацьовує згідно з графіком консультацій. Поточні незадовільні оцінки, отримані студентом під час засвоєння відповідної теми на практичному занятті перескладаються викладачеві, який веде заняття до складання підсумкового контролю з обов'язковою відміткою у журналі обліку роботи академічних груп.</p> <p>Наголошується дотримання принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання та виявлення плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» <a href="https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/">https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/</a>.</p> <p>Відвідання занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій за умови індивідуального графіку роботи студента. Відпрацювання пропущених занять здійснюється згідно графіку консультацій викладача.</p>	
<b>8. Рекомендована література</b>	
<b>Основна</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Старостіна, А. Ризик-менеджмент: теорія та практика: навч. посібник / Алла Старостіна, В. Кравченко. – Рек. МОН. – К. : В-во Політехніка, 2018. – 200 с.</li> <li>2. Мороз, В. М. Ризик-менеджмент : навч. посібник / Володимир Михайлович Мороз, С. А. Мороз. – К. : ВД Кондор, 2019. – 140 с.</li> <li>3. Керування ризиком. Методи загального оцінювання ризику (IEC/ISO 31010:2009, IDT). ДСТУ IEC/ISO 31010:2013. – К.: Мінекономрозвитку України, 2015. – 73 с. 3.2.2.</li> <li>4. Бадалова А. Г. Управление рисками деятельности предприятия: Учебное пособие / А. Г. Бадалова, А. В. Пантелеев. - М.: Вузовская книга, 2016. - 234 с.</li> <li>5. Банківські ризики: теорія та практика управління: монографія [Текст] / Л. О. Примостка, О. В. Лисенюк, О. О. Чуб; Мін-во освіти і науки України, ДВНЗ «КНЕУ» ім. Вадима Гетьмана». - К.: КНЕУ, 2015. - 456 с.</li> <li>6. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Карпов А.В. Економічний ризик та методи його вимірювання : навчальний посібник. Одеса, 2011. 200 с.</li> <li>7. Котлер Ф., Катарджая Г, Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с.</li> </ol>	
<b>Допоміжна</b>	

8. Gicheha, Mathew Gitau, et al. "Production and Marketing Risks Management System in Grazed Systems: Destocking and Marketing Algorithm." *Theory and Application on Cognitive Factors and Risk Management: New Trends and Procedures* (2017): 31.
9. Pappas, Nikolaos. "Effect of marketing activities, benefits, risks, confusion due to over-choice, price, quality and consumer trust on online tourism purchasing." *Journal of Marketing Communications* 23.2 (2017): 195-218.
10. Titova, N. A. "Marketing concept of managing bank risks." *Глобализация науки: проблемы и перспективы*. 2017.
11. Благун І.І. Цінові зв'язки між ринками акцій та облігацій. *Світ фінансів*. 2019. 1(58). С. 28-42.
12. Папш В. В., Благун І. І., Бошота Н. В. Роль маркетингу в активізації діяльності суб'єктів туристичного бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2020. №11. С. 473–477.<https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-11-473-477>
13. Кравець, С. В. "Сутність та особливості управління маркетинговими ризиками підприємств." *Наукові праці Національного університету харчових технологій* 23, № 2 (2017): 75-85.
14. Лишенко, М. О., and Т. В. Устік. "Особливості управління маркетинговими ризиками на підприємстві як засіб покращення маркетингової інноваційної політики." *Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки* 1 (2019): 3-12.

Викладач

Благун І.І.