

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС
нормативного освітнього компонента
МАРКЕТИНГОВІ РИЗИКИ
підготовки бакалавра
галузі знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності 075 Маркетинг
освітньо-професійної програми Маркетинг

Силабус освітнього компонента МАРКЕТИНГОВІ РИЗИКИ підготовки бакалавра, галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг, за освітньою програмою Маркетинг.

Розробник: Рейкін В. С., професор кафедри маркетингу, д.е.н., професор

Гарант освітньо-професійної

програми



Алла ЛЯЛЮК

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри маркетингу

протокол № 1 від 8.09.2023 р.

Завідувач кафедри



Тетяна САК

І. Опис освітнього компонента

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній ступінь	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	07 Управління і адміністрування 075 Маркетинг Маркетинг Перший (Бакалавр)	Нормативна
Кількість годин/кредитів 120 / 4		Рік навчання 2026-2027
		Семестр 8-ий
		Лекції 34 год.
		Практичні (семінарські) 34 год.
ІНДЗ: <u>немає</u>		Самостійна робота 44 год.
		Консультації 8 год.
		Форма контролю: залік
Мова навчання		Українська

ІІ. Інформація про викладача

Рейкін Віталій Самсонович – д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу

Контактна інформація викладача:

Телефон 0509262369

Електронна пошта: Reikin.Vitaliy@vnu.edu.ua

Дні занять розміщено на <http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

ІІІ. Опис освітнього компонента

1. Анотація освітнього компонента. Освітній компонент «Маркетингові ризики» належить до нормативних, забезпечує засвоєння теоретичних знань та формування практичних навиків та вмінь щодо інструментарію ідентифікації, оцінювання та нейтралізації маркетингових ризиків, а також особливостей управління окремими видами ризиків у сфері маркетингових досліджень, формування стратегії маркетингу, товарної, цінової, збутової та комунікаційної політик.

2. Мета і завдання освітнього компонента. Мета вивчення освітнього компонента – 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.

Основні завдання освітнього компонента: засвоєння основних принципів і методичних підходів щодо виявлення, аналізу та управління ризиками; оволодіння навичками самостійної оцінки результатів та ідентифікації та аналізу ризиків.

3. Результати навчання (компетентності).

Компетентності, яких здобувач освіти набуває в результаті вивчення дисципліни:

Інтегральна компетентність (ІНТ)

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.

Загальні компетентності

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Фахові компетентності

ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання

ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

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

ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

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

4. Структура освітнього компонента.

Таблиця 2

Назви змістових модулів і тем	Формування компетентностей та програмних результатів навчання			Кількість годин					Форма контролю / Бали
	ЗК	ФК	ПРН	Всього	у тому числі				
					лекції	пак-тичні	самостій-на робота	консуль-тації	
Змістовий модуль 1. Теоретичні засади маркетингових ризиків									
Тема 1. Сутність та класифікація ризиків у маркетингу	3, 6-9	3, 6 -8, 11-14	2, 4, 5, 9	13	4	4	4	1	ФО, Т / 10
Тема 2. Інструментарій оцінювання маркетингових ризиків	3, 6-9	3, 6 -8, 11-14	2, 4, 5, 9	13	4	4	4	1	ФО, Т / 10
Тема 3. Способи зниження ризиків	3, 6-9,	3, 6 -8, 11-14	2, 4, 5, 9	8	2	2	4	-	ФО, Т, ТЕ / 10

Тема 4. Управління маркетинговими ризиками	3, 6-9,	3, 6 -8, 11-14	2, 4, 5, 9	14	4	4	5	1	ФО, Т, ТЕ / 10
Тема 5. Прийняття маркетингових рішень в умовах невизначеності	3, 6-9,	3, 6 -8, 11-14	2, 4, 5, 9	10	2	2	5	1	Д, ФО, Т, ТЕ / 10
Разом за модулем 1				58	16	16	22	4	max 50 балів
Змістовий модуль 2. Маркетингові ризики за концепцією 4Р									
Тема 6. Ризики в маркетинговій товарній політиці	3, 6-9,	3, 6 -8, 11-14	2, 4, 5, 9	13	4	4	4	1	Д, Т, ТЕ / 10
Тема 7. Ризики в маркетинговому ціноутворенні	3, 6-9,	3, 6 -8, 11-14	2, 4, 5, 9	13	4	4	4	1	Д, ФО, Т / 10
Тема 8. Ризики в маркетинговій політиці розподілу і збуту	3, 6-9,	3, 6 -8, 11-14	2, 4, 5, 9	13	4	4	4	1	Д, ФО, Т / 10
Тема 9. Ризики в маркетинговій політиці комунікацій	3, 6-9,	3, 6 -8, 11-14	2, 4, 5, 9	14	4	4	5	1	Д, ФО, Т / 10
Тема 10. Ризики при проведенні маркетингових досліджень	3, 6-9,	3, 6 -8, 11-14	2, 4, 5, 9	9	2	2	5	-	Т, ТЕ / 10
Разом за модулем 2				62	18	18	22	4	max 50 балів
Всього годин / Балів				120	34	34	44	8	max 100

Форма контролю: поточне оцінювання (фронтальне опитування (ФО), тести (Т), написання тез (ТЕ), дискусія (Д)), підсумковий контроль у формі заліку.

5. Завдання для самостійного опрацювання

Самостійна робота здобувача освіти (СРС) – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються здобувачем освіти самостійно під методичним керівництвом викладача.

До завдань самостійної роботи, які запропоновані здобувачам освіти, віднесено:

1. Вивчення лекційного матеріалу.
2. Робота з вивчення рекомендованої літератури.
3. Вивчення основних термінів та понять за темами освітнього компоненту.
4. Підготовка до практичних занять, дискусій, роботи в малих групах, тестування.
5. Контрольна перевірка кожним здобувачем освіти особистих знань за запитаннями для самоконтролю.

IV. Політика оцінювання

Оцінювання відбувається згідно Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки від 30.08.2023 р. https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2023-09/2023_Polozh_pro_otzin.pdf

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти.

Визнання результатів навчання, отриманих у формальній освіті, можливе: під час переведення здобувача освіти з іншого закладу вищої освіти; під час поновлення здобувача освіти на навчання до ВНУ імені Лесі Українки; за результатами навчання в рамках програм академічної мобільності, програм «Подвійний диплом»; за результатами вступу на перший (бакалаврський) рівень на базі освітнього рівня «фаховий молодший бакалавр», освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»; за результатами навчання, здобутими з використанням елементів дуальної освіти; під час навчання здобувача освіти у двох і більше закладах освіти або ОПП.

Під час вивчення освітнього компонента передбачена можливість визнання отриманої здобувачем неформальної освіти як оцінку з окремих тем згідно Положення про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки від 29.06.2022 р.

Здобувачі освіти мають право на визнання результатів навчання в неформальній та інформальній освіті (курси навчання в центрах освіти, курси інтенсивного навчання, семінари, конференції, олімпіади, конкурси наукових робіт, літні чи зимові школи, бізнес-школи, тренінги, майстер-класи, наукові публікації, науково-дослідна робота, робота у наукових гуртках, індивідуальні завдання, що поглиблюють навчальний матеріал освітньої компоненти, навчання на таких платформах як: Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших) в обсязі, що загалом не перевищує 10 % від загального обсягу кредитів, передбачених ОП.

Визнанню можуть підлягати результати навчання, отримані в неформальній освіті, які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту в цілому, так і його окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню (наприклад, 6 балів до поточного оцінювання за сертифікати курсів відповідної теми освітнього компоненту). Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, визнаються шляхом валідації та відбувається в семестрі, що передуює семестру початку вивчення освітнього компонента, або під час вивчення ОК.

Політика викладача щодо здобувача освіти ґрунтується на засадах ефективної співпраці. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. Здобувачі освіти зобов'язані дотримуватись термінів, визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом, заздалегідь повідомляти викладача про відсутність на занятті. Про відсутність з поважних причин здобувачі освіти зобов'язані доводити до відома викладача заздалегідь. Пропущені заняття відпрацьовувати під час консультацій. Через об'єктивні причини (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, індивідуальний план навчання) навчання може відбуватись в онлайн формі з використанням системи Office 365 (Teams) за погодженням із керівником курсу.

Під час вивчення освітньої компоненти при поточному контролі оцінюванню підлягають результати навчання, що виявляються через продемонстровані здобувачем знання та набуті уміння й навички, а саме:

- за роботу на практичних заняттях;
- за виконання завдання самостійної роботи;

Політика щодо додаткових (бонусних) балів.

За рішенням кафедри здобувачам освіти, які брали участь у роботі конференцій, підготовці наукових публікацій, в олімпіадах, конкурсах студентських наукових робіт, спортивних змаганнях, мистецьких конкурсах тощо й досягли значних результатів, може бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю з відповідного ОК. Систему бонусних балів погоджує науково-методична комісія факультету (https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2023-09/2023_Polozh_pro_otzin.pdf).

Додаткові (бонусні) бали, які за тематикою відповідають освітньому компоненту, зараховуються за такі види робіт:

- опублікована наукова стаття у фахових виданнях України чи рецензованих закордонних журналах – 10 балів;
- публікація тез – з виступом на конференції 5 балів, без виступу – 3 бали;
- підготовка та участь у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт, конкурсі дипломних і магістерських робіт – 7 балів;
- перемога у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт, конкурсі дипломних і магістерських робіт – 15 балів;
- подача проектних заявок на участь в студентських програмах обміну, стипендійних програмах, літніх та зимових школах тощо – 7 балів.

Політика щодо академічної доброчесності.

Процес вивчення освітнього компонента здійснюється за умов дотримання здобувачами освіти та викладачем Кодексу академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки від 30.10.2020 р. <http://ra.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/03/Kodeks-akademichnoyi-dobrochesnosti.pdf>. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату. Списування під час контрольних робіт та заліку заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

Політика щодо дедлайнів та перескладання.

Терміни виконання практичних робіт, самостійної роботи викладач повідомляє на перших заняттях або прописує на інтернет-платформі курсу. Письмові роботи, які виконуватимуться з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-2 бали). Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний). Терміни ліквідації академічної заборгованості визначає розклад заліково-екзаменаційної сесії.

V. Підсумковий контроль

Формою підсумкового семестрового контролю є залік, який передбачає оцінювання засвоєного здобувачами навчального матеріалу з освітнього компонента, на підставі результатів поточного контролю.

Залік виставляється за результатами поточної роботи за умови, що здобувач освіти виконав ті види навчальної роботи, які визначено силабусом освітнього компонента. У випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право відпрацювати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми. У дату складання заліку записується у відомість суму поточних балів, які здобувач освіти набрав під час поточної роботи (шкала від 0 до 100 балів).

У випадку, якщо здобувач освіти протягом поточної роботи набрав менше як 60 балів, він складає залік під час ліквідації академічної заборгованості. У цьому випадку бали, набрані під час поточного оцінювання анулюються. Максимальна кількість балів на залік під час ліквідації академічної заборгованості – 100.

Залік під час ліквідації академічної заборгованості викладач виставляє за результатами виконання завдань в письмовій формі – одне теоретичне питання (40 балів за правильну відповідь), 30 тестових завдань (по 1 балу за кожен тест), задача (30 балів за правильний розв'язок) відповідно до програми курсу.

Перелік питань на залік

1. Сутність маркетингових ризиків та їх місце у підприємницькій діяльності
2. Способи класифікації ризиків у маркетингу
3. Систематизація маркетингових ризиків за джерелами виникнення
4. Концепція та процес управління ризиками в маркетингу

5. Способи нейтралізації маркетингових ризиків
6. Маркетингове управління в умовах невизначеності
7. Міжнародні стандарти ризик-менеджменту
8. Ідентифікація маркетингових ризиків: сутність та методи
9. Поняття, завдання та види аналізу маркетингових ризиків
10. Методичні підходи до вимірювання ризиків у маркетингу
11. Визначення ступеня маркетингового ризику
12. Прийняття рішень в умовах ризику
13. Прийняття рішень в умовах невизначеності
14. Прийняття рішень у конфліктних ситуаціях
15. Дерево рішень у маркетинговому управлінні
16. Аналіз чутливості маркетингових проєктів до факторів ризику
17. Ризики при проведенні маркетингових досліджень
18. Ризики формування стратегії маркетингу
19. Ризики в маркетинговій товарній політиці
20. Ризики в маркетинговому ціноутворенні
21. Ризики в маркетинговій політиці збуту
22. Ризики в маркетинговій політиці комунікацій
23. Прогнозування ефективності маркетингової діяльності в умовах неповної інформації
24. Урахування ризику при оцінюванні ефективності маркетингових проєктів
25. Формування портфеля маркетингових проєктів з урахуванням ризику
26. Сутність та основні причини маркетингових ризиків.
27. Видова класифікація ризиків.
28. Урахування ризиків в управлінні підприємством і засоби її зниження
29. Теорія корисності в системі процесів прийняття рішень.
30. Сутнісно-змістова характеристика ризику.
31. Характеристика підприємницьких ризиків за сферою їх походження та ступенем впливу на результати діяльності підприємств.
32. Критерії прийняття господарських рішень за умов ризику.
33. Інвестиційні та фінансові рішення.
34. Проектний ризик та прийняття господарських рішень.
35. Систематичний ризик та сподівана дохідність компанії.
36. Сутність системних та несистемних (унікальних) ризиків та можливості зведення їх до мінімуму.
37. Безпосередньо виробничі ризики, їх види та причини виникнення.
38. Характеристика адміністративно-законодавчих ризиків.
39. Характеристика ризиків у комерційній діяльності підприємства.
40. Сутність податкових ризиків та їх урахування в маркетинговій діяльності.
41. Ризики зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
42. Система показників абсолютного та відносного вимірювання ризику.
43. Особливості процесу хеджування ризиків.
44. Напрями та методи регулювання ступеня ризику.
45. Сутність постачальницьких ризиків, їх види та причини виникнення.
46. Сутність виробничих ризиків, їх класифікація та вплив на діяльність підприємства.
47. Характеристика процесу диверсифікації, його переваги та недоліки.
48. Структурна схема ризик-менеджменту.
49. Сутність логістичних ризиків, їх види та причини виникнення.
50. Особливості управління ризиками господарської діяльності.

VI. Шкала оцінювання

Таблиця 3

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 - 81	
67 -74	
60 - 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна

1. Економічні ризики: методи вимірювання та управління: навчальний посібник / За заг. ред. Скопенко Н.С. К. : НУХТ, 2021. 344 с.
2. Економічний ризик: методи оцінки та управління : навч. посібник / За ред. Т. А. Васильєвої, Я. М. Кривич. Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2015. 208 с.
3. Кравченко М.О., Бояринова К.О., Копішинська К.О. Управління ризиками: Навчальний посібник. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 432 с.
4. Лабурцева О. І. Ризики в маркетингу : підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 476 с.
5. Лебеденко С.О. Ризикологія в маркетинговій діяльності: навчально-методичний комплекс: навч. посібник. КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 72 с.

Додаткова

6. Бець М.Т., Кучер Л.І. Управління маркетинговими ризиками продавця. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 3. Т.1. С. 99-105.
7. Голяш І., Данилюк І. Аналіз маркетингових ризиків підприємства. *Економічний аналіз*. Випуск 10. Частина 4. 2012. С.59-62.
8. Коломицева О.В., Васильченко Л.С., Бурцева Т.І. Управління маркетинговими ризиками підприємств ритейлу. *Інфраструктура ринку*. Випуск 50. 2020. С. 130-134.
9. Мороз В.М., Мороз С.А. Ризик-менеджмент: навч. посібник. Харків: НТУ «ХПІ», 2018. 140 с.
10. Поліщук І.І., Мала А.Л. Маркетингові ризики застосування інновацій на вітчизняних машинобудівних підприємствах. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Випуск 9. 2016. С. 392-395.
11. Садовник О.В. Прогнозування маркетингових ризиків під час реалізації стратегії розвитку підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Випуск 5. 2016. С. 143-146.

Інтернет-ресурси

1. Веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua>.
2. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
3. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua>
4. Кодекс академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки. URL: https://ra.vnu.edu.ua/akademichna_dobrochesnist/kodeks_akademichnoi_dobrochesnosti/