



Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій, менеджменту,
технологій та фізики
Кафедра економіки та управління бізнесом

СИЛАБУС

Назва дисципліни	Ризикологія
Освітня програма	Маркетинг
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Викладач	Коханевич Тетяна Петрівна
CV викладача на сайті кафедри	http://rshu.edu.ua/kafedry-fdkmttf/kafedra-etub/sklad-ketub/121-personalii/1209-kokhanevych-tetiana-petrivna
E-mail викладача:	tetyana.kokhanevych@rshu.edu.ua
Консультації	Очні та online консультації згідно з графіком консультацій

Мета та завдання навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Ризикологія» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти компетентностей, необхідних для системного уявлення про природу, особливості та методи управління ризиками у маркетинговій діяльності

Мета: є формування у студентів системного розуміння ризиків у маркетинговій діяльності, набуття знань щодо ідентифікації, аналізу, оцінювання та управління ризиками, а також розвиток навичок прийняття ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності та мінливого ринкового середовища.

Завданням навчальної дисципліни є ознайомлення студентів з концепціями ризикології та її застосуванням у маркетингу, вивчення видів маркетингових ризиків та їхньої класифікації, опанування методів ідентифікації, аналізу та оцінки ризиків у маркетинговій діяльності, формування навичок розробки стратегій мінімізації та управління ризиками в маркетингових процесах, вивчення практичних кейсів щодо управління ризиками у маркетингових кампаніях та брендингу, розвиток критичного мислення та здатності прогнозувати потенційні загрози у маркетинговому середовищі.

Очікувані результати навчання

У результаті вивчення дисципліни «Ризикологія» бакалавр оволодіває такими **компетентностями:**

Інтегральна компетентність - 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:

ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Фахові компетентності:

СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області

сучасного маркетингу.

СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

Процес вивчення дисципліни спрямований на отримання таких **програмних результатів навчання:**

Р 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

Р 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

Р 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

Р 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

Р 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

Р 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Зміст навчальної дисципліни

Модуль 1

Змістовний модуль 1.

Тема 1. Вступ до ризикології

Тема 2. Маркетингові ризики: основні поняття та види

Тема 3. Ідентифікація та аналіз маркетингових ризиків

Тема 4. Оцінка маркетингових ризиків

Тема 5. Управління маркетинговими ризиками

Тема 6. Ризики у стратегічному та операційному маркетингу

Тема 7. Інформаційні ризики у маркетингу

Тема 8. Правові та етичні аспекти управління ризиками у маркетингу

Рекомендована література та інформаційні ресурси

Основна

1. Вітлінський В.В., Великоіваненко Г.І. "Ризикологія в економіці та підприємстві: Монографія". – Київ: КНЕУ, 2004. – 480 с.
2. Лабурцева О.І. "Ризики в маркетингу: Підручник". – Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2019. – 476 с.
3. Старостіна А.О., Кравченко В.А. "Ризик-менеджмент: теорія та практика: Навчальний посібник". – Київ: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2018. – 200 с.
4. Васильєва Т.А., Леонов С.В., Кривич Я.М. та ін. "Економічний ризик: методи оцінки та управління: Навчальний посібник". – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. – 208 с.
5. Івченко І.Ю. "Економічні ризики: Навчальний посібник". – Київ: Центр навчальної літератури, 2014. – 304 с.

Допоміжна

1. Артими-Дрогомирецька З.Б., Негрей М.В. "Економічний ризик: Навчально-методичний посібник". – Львів: Магнолія-2006, 2013. – 320 с.
2. Верченко П.І. "Багатокритеріальність і динаміка економічного ризику (моделі і методи): Монографія". – Київ: КНЕУ, 2006. – 272 с.
3. Камінський А.Б. "Економічний ризик та методи його вимірювання: Посібник для студентів економічних спеціальностей". – Київ: Видавничий Дім «Козаки», 2002. – 120 с.
4. Кігель В.Р. "Ризикологія: теоретичні основи та прикладні задачі, моделі і методи. Навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей". – Київ: Міленіум, 2017. – 230 с.
5. Лук'янова В.В., Головач Т.В. "Економічний ризик: Навчальний посібник". – Київ: Академвидав, 2007. – 464 с.

19. Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки бакалавра спеціальності 075 «Маркетинг»:
https://www.rshu.edu.ua/images/osvitni_programi/2024/osv_prog_bak_075_marketing_2024.pdf
2. Сайт кафедри економіки та управління бізнесом: <http://www.ekibernetika.org.ua>.
3. Сайт-платформа кафедри економіки та управління бізнесом для дистанційного навчання: www.kibernetika.rv.ua.

Бібліотеки:

1. РДГУ: <http://library.rshu.edu.ua>,
2. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека: <https://libr.rv.ua>
3. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського – www.nbuv.gov.ua
4. Державна науково-технічна бібліотека України – www.gntb.n-t.org/
5. Законодавство України <http://www.zakon.rada.gov.ua>
6. Урядовий портал <http://www.kmu.gov.ua>

Система оцінювання

Рівень знань здобувачів вищої освіти оцінюється відповідно до Положення про оцінювання знань та умінь здобувачів вищої освіти Рівненського державного гуманітарного університету https://www.rshu.edu.ua/files/univer/pol_ocinuvana_znan_umim_zvo_rshu_2018_zamin.pdf

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи, модульного контролю, оцінка (бали) за залік.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти під час вивчення дисципліни

№ з/п	Вид навчальної діяльності	Оціночні бали	Кількість балів
Обов'язкові			
T1	Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	8	8
T2	Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	8	8
T3	Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	8	8
T4	Виконання завдань під час практичних занять,	8	8

	самостійної роботи		
T5	Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	8	8
T6	Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	8	8
T7	Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	8	8
T8	Виконання завдань під час практичних занять, самостійної роботи	8	8
Модульний контроль		20	20
Разом		100	
Наукова робота (необов'язкові) – враховуються додатково			
Підготовка тез доповідей (без виступу)		10	
Виступ на науковій конференції та публікація тез доповідей		20	
Участь у конкурсах студентських наукових робіт за тематикою навчальної дисципліни		30	
Призове місце у конкурсах студентських наукових робіт за тематикою навчальної дисципліни		10	
Публікація наукової статті за тематикою навчальної дисципліни у фаховому виданні категорії «Б»		40	

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Завдання здобувачі вищої освіти мають виконувати і здавати відповідно до графіку освітнього процесу. Перескладання модулів, заліків, екзаменів відбувається у терміни ліквідації академічних заборгованостей, визначених кафедрами та деканатами.

Політика щодо академічної доброчесності. Здобувач вищої освіти під час виконання самостійної та індивідуальної роботи повинен дотримуватися політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.

Силабус розроблено на основі робочої програми навчальної дисципліни
«Ризикологія»
(протокол № 8 від 27 серпня 2024 року)