

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
УКРАЇНИ

ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

«Ризик-менеджмент»

Ступінь вищої освіти – Бакалавр

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітня програма - «Маркетинг»

Рік навчання - 4, семестр - 8

Форма навчання – денна, заочна

Кількість кредитів ЄКТС - 3

Мова викладання – українська, англійська

Лектор курсу

Контактна інформація
лектора (e-mail)

Викладач, що веде
практичні заняття

Контактна інформація
викладача (e-mail)

Сторінка курсу в eLearn

Ковтун О.А.

ekovtoun@nubip.edu.ua

Гречанюк Л.М.

ekonomistnni@ukr.net

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=1447>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Ризик-менеджмент» надає практичні навички з ідентифікації, аналізу та оцінки ризиків, розробки методів ефективного управління ризиками в бізнес-середовищі. Курс вивчає методи оцінювання параметрів ризиків, які характеризують кількісні взаємозв'язки між економічними величинами. В результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні знати: сутність, предмет і об'єкт дисципліни, моделювання економічного ризику, систему економічного прогнозування ризиків, систему соціального прогнозування ризиків, методи технічного аналізу. Другий модуль вивчення дисципліни присвячено опануванню студентами теорії методів прийняття управлінських рішень на основі системного аналізу, математичного моделювання та оптимізації діяльності суб'єктів господарювання в умовах ринкової економіки та їх практичного та прикладного застосування; опрацювання ними на конкретних, максимально наближених до реальних, модельних кейсових завданнях, прикладах і математичних моделях методів визначення оптимальних управлінських рішень, з використанням засобів обчислювальної техніки, пакетів прикладних програм, сучасних інформаційних технологій тощо. Особливої уваги заслуговує ризик-менеджмент під час проведення маркетингових досліджень та управління ризиками у процесі розробки маркетингових стратегій. Також розглянуті ризики споживача (сприймані ризики):

визначення і дискусії, моделі виміру сприйманого ризику та маркетингове дослідження сприйманого ризику.

Анотація до курсу

Ризик-менеджмент (або управління ризиком) визначає шляхи і можливості забезпечення стійкості бізнесу, його властивості уникати та протистояти несприятливим ситуаціям.

Засвоєння основних положень курсу «Ризик-менеджмент» відіграє важливу роль у розвитку економічно-управлінського мислення студентів, закладаючи підґрунтя для прийняття економічно виважених рішень щодо проблем, пов'язаних з майбутньою професійною діяльністю.

1. Мета та цілі курсу

Формування системи знань про предмет і суть ризик-менеджменту, його місце в діяльності підприємств і вироблення практичних навичок аналізу ризиків як на мікро-, так і на макрорівні, розуміння можливостей ризик-менеджменту для підвищення ефективності бізнесу та використання методів управління ризиками, які дозволяють обґрунтовувати та приймати оптимальні управлінські рішення в умовах невизначеності.

2. Набуття компетентностей

Компетентності	
Загальні компетентності (ЗК)	
ЗК№1	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
ЗК№2	Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
ЗК№3	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
ЗК№4	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
ЗК№5	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
ЗК№11	Здатність працювати в команді.
ЗК№12	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
ЗК№13	Здатність працювати в міжнародному контексті
ЗК№14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	
ФК№1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
ФК№2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
ФК№3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для

	інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі
ФК№4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
ФК№5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
ФК№9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.
ФК№11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
ФК№13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.
ФК№14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності

3. Програмні результати навчання

ПРН	Зміст
ПРН№1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
ПРН№2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН№3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу
ПРН№4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН№5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПРН№9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН№11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
ПРН№12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
ПРН№13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи
ПРН№14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
ПРН№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.
ПРН№16	Відповідати вимогам, які висувуються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
ПРН№17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також

	належного використання професійної термінології.
ПРН№18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
ПРН№19	Оцінювати та аналізувати стан та закономірності розвитку міжнародного середовища.
ПРН№23	Виконувати дослідження середовища міжнародного бізнесу, аналізувати ситуацію на світовому ринку товарів та послуг, визначати особливості та маркетингову програму виходу підприємства на зовнішні ринки.
ПРН№25	Здатність знаходити та оцінювати нові ринкові можливості та формулювати бізнес-ідеї, розробляти бізнес- плани .
ПРН№26	Готувати засновницькі документи та реєструвати підприємство з урахуванням особливостей різних організаційно-правових форм господарювання згідно з чинним законодавством.
ПРН№27	Демонструвати вміння використовувати сучасні методи управління ланцюгами постачань товарів та інформації.
ПРН№28	Визначати цільові аудиторії інтернет-користувачів, налаштовувати та інтерпретувати звіти системи веб- аналітики, оцінювати ефективність рекламних кампаній і аналізувати дії конкурентів в мережі.

4. Розподіл годин

Вид заняття	лекції	практичні заняття	самостійна робота
К-сть годин	12	12	66

5. СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні роботи/ самостійні роботи)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання, бали
8 семестр				
Модуль 1. Ризик як економічна категорія				40
Тема 1 Ризик як економічна категорія. Класифікація ризиків і загальна схема ризик-менеджменту	2/2/2	Знати: - понятійний та категорійний апарат ризик-менеджменту; - сутність невизначеності й ризиків та основні фактори, що впливають на ризики, джерела виникнення ризиків; - якісні та кількісні методи оцінки ризиків; – основні закони та принципи ризик-менеджменту; – особливості управління зовнішніми та внутрішніми ризиками Вміти: формувати карту	<i>Підготовка до лекцій (попереднє ознайомлення з презентацією та лекцією в eLearn). Виконання завдання на практичних заняттях (в групі та самостійно). Виконання самостійної роботи (в малих групах, самостійно, eLearn). Підготовка та написання модульної контрольної роботи (тестова - в eLearn).</i>	<i>Виконання та здача індивідуальних завдань. Модульна тестова робота в eLearn. Самостійна робота – відповідно до завдань в eLearn.</i>
Тема 2 Кількісні методи оцінки ризиків. Карта ризиків	2/2/10			
Тема 3 Величина підприємницького ризику	2/2/8			

		ризиків для підприємства, оволодіти інструментарієм для визначення підприємницького ризику при здійсненні комерційної діяльності за допомогою різних методів та підходів: методу Гаусса, аналізу безбитковості підприємства та визначення ризику, за розмірами можливих збитків, за ймовірністю виникнення незапланованих втрат (методи розглядаються на реальних кейсах)		
Модуль 2. Теорія прийняття управлінських рішень.				60
Тема 4. Теорія ігор-оптимізація ризику в умовах конфлікту	2/2/12	Знати. технологію прийняття управлінських рішень в умовах ризику та невизначеності; – сутність системи управління ризиками	<i>Підготовка до лекцій</i> (попереднє ознайомлення з презентацією та лекцією в eLearn). <i>Виконання завдання на практичних заняттях</i> (в групі та самостійно). <i>Виконання самостійної роботи</i> (в малих групах, самостійно, eLearn).	<i>Виконання та задача індивідуальних завдань.</i>
Тема 5. Аналіз рішень. Аналіз чутливості	2/2/18	Вміти: опанувати практичні навички розробки, обґрунтування та прийняття управлінських рішень в умовах ризику та невизначеності	<i>Підготовка та написання модульної контрольної роботи</i> (тестова - в eLearn).	<i>Модульна тестова робота в eLearn.</i>
Тема 6. Дерева рішень	2/2/16			<i>Самостійна робота – відповідно до завдань в eLearn.</i>
Можливість отримання додаткових балів:	Додаткові бали можна отримати за підготовку доповіді та участь в студентській конференції, публікацію статті, участь у 1 турі Всеукраїнської олімпіади			до 10 балів
Всього за 2 семестр	12/12/66	-	-	70 100*0,7 (максимум 70 балів)
Залік				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Студент повинен здавати усі роботи у заплановані терміни. За роботи, що здаються із порушенням термінів без поважних причин, знижується бал. Перескладання модульної контрольної роботи відбувається за наявності поважних причин (лікарняний, міжнародне стажування, індивідуальний графік) і дозволяється у терміни до закінчення наступного модульного контролю.
Політика щодо академічної доброчесності:	При виконанні всіх видів навчальних робіт студент повинен дотримуватись політики академічної доброчесності.
Політика щодо відвідування:	Відвідування лекційних та практичних (семінарських) занять є обов'язковим для всіх студентів. За об'єктивних причин, визначених Положенням про навчальний процес НУБіП, навчання може відбуватись відповідно до індивідуального навчального плану, затвердженого у визначеному порядку.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Савчук В.П. Основи ризик-менеджменту підприємств. Дніпро: «Баланс Бізнес Букс», 2019. – 280 с.
2. Савчук В.П. Практическая энциклопедия финансового менеджера. К.: Баланс Бизнес Букс, 2017. – 976 с.
3. Савчук В.П. Оцифрованный менеджмент: Business Intelligence для ТОПов. К.: «Баланс Бизнес Букс», 2018. – 504 с.
4. Старостіна А. О., Кравченко В. А. Ризик-менеджмент: теорія та практика: Навч. посіб. - К.: ІВЦ "Видавництво «Політехніка»", 2004. - 200 с
5. Мороз В.М., Мороз С.А. Ризик-менеджмент: навч.посіб. К: «Кондор», 2019. – 140 с.
3. Останкова Л.А., Шевченко Н.Ю. Аналіз моделювання та управління економічними ризиками. Навч.посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2019 – 256 с.
6. Чернова Г. В. Практика управління ризиками на уровне предприятия. - СПб.: Питер, 2000. - 176 с.

Додаткова література

1. Дамордан А. Стратегический риск менеджмент. – М. Вильямс, 2010. – с.
2. Боди З., Кейн А., Маркус А. Принципы инвестиций: Пер. с англ. -4-е изд. - М.: Издат. дом «Вильяме», 2002. - 984 с. «
3. Бююль А., Цефель П. SPSS: искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей: Пер. с нем. - СПб.: ООО «ДиаСофтЮП», 2001. - 608 с.
4. Ван Хорн Дж. К., Вахович Джон М. Основы финансового менеджмента: Пер. с англ. - 11-е изд. - М.: Издат. дом «Вильяме». -2001.-992 с.
5. Вітлінський В. В., Наконечний С. /., Шарапов О. Д. Економічний ризик та методи його вимірювання: Підручник. - К.: КНЕУ, 2000. -354 с.
6. Камінський А. Б. Економічний ризик та методи його вимірювання: Навч. посіб. - К.: Вид. дім «Козаки», 2002. - 120 с
7. Мертенс А. Управление рисками бизнеса. К.: МФК, 2011. -с.
8. Малхотра Н. Маркетинговые исследования. Практическое руководство: Пер. с англ. - 3-е изд. - М.: Издат. дом «Вильяме», 2002. -960 с.

10. Моделирование рискованных ситуаций в экономике и бизнесе: Учеб. пособие / А. М. Дубров, Б. А. Лагоша, Е. Ю. Хрусталеv; Под ред. Б. А. Лагоши. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 176 с.
11. Рогов М. А. Риск-менеджмент. - М.: Финансы и статистика, 2001. -120 с.
12. Старостина А. А. Маркетинговые исследования. - М.: Издат. дом «Вильяме», 2001. - 284 с.
13. Старостина А. А., Кравченко В. А. Риск-менеджмент в маркетинге // <http://www.4p.com.Ua/som/9.html>
14. Тэпман Л. Н. Риски в экономике: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. В. А. Швандара. - М.: ЮНИТИ, 2002. - 379 с.
15. www.ebrd.com
16. www.ifc.org
17. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость/ Майкл Портер; Пер.с англ. – 4-е изд. – М.: Альпина Паблицер, 2016 – 716 с.
18. www.palisade.com/risk/
19. www.ferma.eu/
20. <https://www.oracle.com/technetwork/middleware/crystalball/overview/risk-analysis-overview-4367760.pdf>