

РИЗИКИ В МАРКЕТИНГУ

Risks in Marketing



Навчальна дисципліна
за вибором студентів

Дисципліна вивчає:

- ▶ Теоретичні та практичні аспекти управління ризиками в маркетингу
- ▶ Методи оцінювання ризиків в маркетингу
- ▶ Інструменти прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації
- ▶ Особливості нейтралізації окремих видів ризиків в маркетингу
- ▶ Способи оцінювання ефективності маркетингової діяльності з урахуванням ризику.



1. Сутність та класифікація ризиків в маркетингу



- ▶ Чому при здійсненні маркетингової діяльності необхідно брати до уваги ризик?
- ▶ Що таке ризик, якими є його характеристики?
- ▶ З якими ризиками доводиться мати справу в сфері маркетингу?
- ▶ За якими критеріями можна класифікувати ризики в маркетингу?
- ▶ Яка систематизація ризиків в маркетингу дозволить не пропустити жодного ризику?
(за джерелами виникнення та сферами прояву)

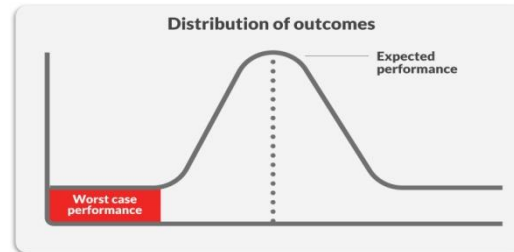
2. Управління ризиками в маркетингу

- ▶ Які підходи до управління ризиками існують у світовій практиці?
- ▶ Що таке міжнародні стандарти ризик-менеджменту?
- ▶ Які основні етапи включає процес управління ризиками в маркетингу?
- ▶ Які існують методи нейтралізації ризику?



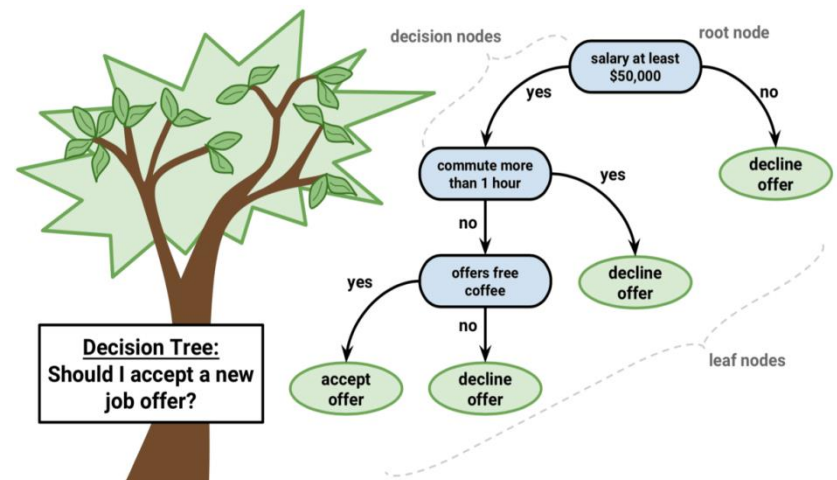
3. Методи оцінювання ризиків в маркетингу

- ▶ Які існують методи ідентифікації ризиків?
- ▶ Яким чином можна виміряти ризик?
- ▶ Як вирішити, прийнятним чи неприйнятним є певний рівень ризику для організації?



4. Прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації

- ▶ Які маркетингові рішення і як саме приймають в умовах ризику, невизначеності та конфліктних ситуацій?
- ▶ Як визначити ставлення людини до ризику?
- ▶ Що таке дерево рішень, аналіз чутливості та імітаційне моделювання і як їх застосовують в маркетингу?



5. Особливості нейтралізації окремих видів ризиків в маркетингу

Як можна управляти рівнем ризику при:

- ▶ проведенні маркетингових досліджень
- ▶ формуванні стратегії маркетингу
- ▶ здійсненні товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики?

Risk associated with Sales & Marketing



Diagram

RISK MANAGEMENT IN MARKETING



6. Ефективність маркетингу з урахуванням ризику

- ▶ Як сформулювати фінансовий розділ річного плану маркетингу з урахуванням ризику?
- ▶ Як оцінити ефективність маркетингових проектів, розрахованих на декілька років, з урахуванням ризику?
- ▶ Як сформулювати оптимальний портфель маркетингових проектів з урахуванням доходності й ризику?

$$NMC = Q * (P - AVC) - CMS$$

$$MROS = NMC * 100 / P * Q$$

$$MROC = NMC * 100 / CMS$$

$$NPV = NPCF - NPI = \sum_{t=0}^T \frac{\pi_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1+r)^t}$$