



МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

МАРКЕТИНГОВІ РИЗИКИ

ВИБІРКОВА НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА



З нами Ви

1

сформуєте знання щодо принципів управління організацією на засадах ризик-менеджменту для ефективного її існування в ринкових умовах

2

оволодієте вміннями та навичками вирішувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов

3

будете здатні вирішувати типові завдання діяльності фахівця з маркетингу в сфері фармацевтичного бізнесу з урахуванням специфічних галузевих особливостей фармацевтичного ринку

МАРКЕТИНГОВІ РИЗИКИ

СПРЯМУВАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ:

- теоретичні та практичні аспекти функціонування підприємств в умовах невизначеності
- фінансово-господарська діяльність підприємств в умовах невизначеності, аналіз, моделювання та прогнозування ймовірних загроз

МАРКЕТИНГОВІ РИЗИКИ

включає два змістових модулі:

Змістовий модуль 1.

Теорія економічного ризику. Ризик в підприємницькій діяльності

Змістовий модуль 2.

Особливості маркетингових ризиків



Теми дисципліни

Тема 1. Функціонування підприємств в умовах невизначеності

Тема 2. Ризик і його види

Тема 3. Фактори, що впливають на рівень ризику

Тема 4. Оцінка ризиків

Тема 5. Управління ризиком

Тема 6. Фінансування ризику

Тема 7. Крайні ризики

Тема 8. Виробничі ризики

Тема 9. Маркетингові ризики

Тема 10. Збутові ризики

Тема 11. Ризики взаємодії з контрагентами і партнерами в процесі організації продажу продукції (послуг)

Тема 12. Ризики в комунікативній політиці фірми

Тема 13. Фінансові ризики

Тема 14. Засади виникнення загрози в системі охорони здоров'я

Тема 15. Ризики в сфері споживання лікарських засобів



Ви навчитеся

- аналізувати види ризиків та визначати можливі наслідки їх реалізації,
- оцінювати можливі збитки,
- використовувати підходи до профілактики або мінімізації ризиків,
- визначати маркетингові ризики організації,
- застосовувати систему методів управління ризиками на підприємстві,
- формувати базу для подальшого прийняття управлінських рішень,
- формувати ефективну політику підприємства на підставі принципів ризик-менеджменту

МАРКЕТИНГОВІ РИЗИКИ

Ресурси з дисципліни розміщені
на сайті Центру дистанційних
технологій навчання НФаУ
[https://pharmel.kharkiv.edu/moodle/
course/view.php?id=1521](https://pharmel.kharkiv.edu/moodle/course/view.php?id=1521)

**ЧЕКАЄМО НА ВАС ТА
БАЖАЄМО УСПІХІВ !!!**



КАФЕДРА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

**<http://mmf.nuph.edu.ua/>
e-mail: fmm@nuph.edu.ua**