

Автор: к.с.н., доц. Четкина О.Н.

I. Название дисциплины – Риск в малом бизнесе и технологии маркетинга

II. Шифр дисциплины (присваивается Управлением академической политики и организации учебного процесса)

III. Цели и задачи дисциплины:

А. Цели дисциплины: формирование у студентов представлений о социально-экономической ситуации неопределенности и риска; изучение влияния рискообразующих факторов на функционирование малого бизнеса; изучение теоретических основ управления рисками в малом бизнесе.

Б. Задачи дисциплины: В ходе изучения дисциплины ставятся задачи: изучение основных тенденций исследования феноменов неопределенности и риска; формирование у студентов знаний оценки и анализа рисков в малом бизнесе; ознакомление студентов с основными методами управления рисками в малом бизнесе.

IV. Место дисциплины в структуре ООП:

А. Информация об образовательном стандарте и учебном плане:

— тип образовательного стандарта и вид учебного плана (МС - специалист ФГОС);

— направление подготовки – отделение «Маркетинг», очная форма обучения;

— наименование учебного плана (в соответствии с утвержденным Перечнем ООП) – специальность 061500 «Маркетинг», квалификация: маркетолог.

Б. Информация о месте дисциплины в образовательном стандарте и учебном плане:

— специальная дисциплина (специальные семинары) региональная компонента (СД);

— курс - третий;

— семестр – шестой;

Г. Общая трудоемкость– 60 ак.ч.

Д. Форма промежуточной аттестации – зачет.

V. Формы проведения занятий:

А. Для дисциплин:

— форма занятий с указанием суммарной трудоемкости по каждой форме:

лекции - 0;

практические занятия(семинары)-32

лабораторная работа - 0;

самостоятельная работа - 28;

— формы текущего контроля: контрольные работы 2 раза в семестр

VI. Распределение трудоемкости по разделам и темам» а также формам проведения занятий с указанием форм текущего контроля и промежуточной аттестации:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплин / Наименование разделов (этапов) практики	Трудоемкость (в ак. часах) по формам занятий (для дисциплин) и видам работ (для практик)				Формы контроля
		<i>Аудиторная работа (с разбивкой по формам и видам)</i>			<i>Самостоятельная работа</i>	
		<i>Лекции</i>	<i>Практические занятия (семинары) / Полевые работы</i>	<i>Лабораторная работа / Камеральная работа</i>		
	РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РИСКА					
1	Определение понятий	0	2	0	2	

	«риск» и «неопределенность»					
2	Общие принципы классификации рисков	0	2	0	2	
3	Методология оценки и измерения риска	0	8	0	6	Аттестация
	Итого	0	12	0	10	
	РАЗДЕЛ 2. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ					
4	Малый бизнес как разновидность предпринимательской деятельности	0	2	0	2	
5	Предпринимательская среда	0	2	0	2	
6	Цели, задачи и принципы управления рисками в малом бизнесе	0	4	0	4	
7	Риск-анализ в малом бизнесе	0	6	0	4	Аттестация
	Итого	0	14	0	12	
	РАЗДЕЛ 3. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В УПРАВЛЕНИИ РИСКАМИ					
8	Маркетинговые исследования в малом бизнесе	0	2	0	2	
9	Роль маркетинговых исследований в управлении рисками	0	4	0	4	
	Итого	0	6	0	6	зачет

	ИТОГО за семестр	0	32	0	28	

VII. Содержание дисциплины по разделам и темам - аудиторная и самостоятельная работа:

РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РИСКА

Тема 1. Определение понятий «риск» и «неопределенность»

Разнообразие понятия «риск». Риск как выбор, действие, вероятность. Объективная и субъективная природа риска. Разнообразие мнений о сущности риска. Неопределенность как среда появления риска. Экономические источники неопределенности. Социокультурные источники неопределенности. Политические источники неопределенности. Природные источники неопределенности. Особенности экономического подхода к анализу риска. Субъективные и средовые факторы, влияющие на оценку риска. Постиндустриальное общество как «общество риска».

Тема 2. Общие принципы классификации рисков

Анализ различных подходов к классификации риска. Критерии классификации рисков. Традиционные, индустриальные и постиндустриальные риски (мегариски). Новые, псевдоновые и специфические риски. Известные, предвиденные и непредвиденные риски. Прогнозируемые и непрогнозируемые риски. Ретроспективные, текущие, перспективные риски. Чистый и спекулятивный риск. Внутренние и внешние риски. Коммерческие риски, причины возникновения. Финансовые риски, причины возникновения. Кредитный риск. Инновационный риск.

Тема 3. Методология оценки и измерения риска

Мера риска. Количественный подход к оценке рисков. Статистический метод оценки рисков. Субъективные и средовые факторы, влияющие на оценку риска. Качество оценки рисков. Использование методов математической статистики. Метод эквивалентов. Анализ чувствительности. Анализ сценариев. Недостатки количественных методов. Качественный подход к измерению риска. Метод экспертных оценок. Метод аналогий. Измерение степени риска. Методы диагностики рисков.

Раздел II. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

Тема 4. Малый бизнес как разновидность предпринимательской деятельности

Общие признаки предпринимательства. Определение сущности предпринимательства в законодательных актах России. Признаки предпринимательства. Предпринимательская идея и ее выбор. Права и обязанности предпринимателей. Функции предпринимательства: общеэкономическая, ресурсная, творческо-поисковая, социальная, организаторская. Типы и виды предпринимательства: производственное, коммерческо-торговое, финансово-кредитное. Особенности малого бизнеса как разновидности предпринимательской деятельности. Понятия «малый бизнес», «малое предпринимательство», «малое предприятие». Развитие малого бизнеса в России.

Тема 5. Предпринимательская среда

Понятие предпринимательской среды. Основные контактные аудитории предприятия: органы власти, собственники, руководство, персонал, кредиторы и т.д. Подсистемы внешней предпринимательской среды и их характеристика. Факторы внутренней предпринимательской среды: наличие необходимого объема собственного капитала, выбор организационно-правовой формы, выработка четкого кредо компании; распределение доходов; определение предмета деятельности, перспективный рынок сбыта (новые товары); оригинальная технология; эффективное руководство, подбор кадров и т.д.

Тема 6. Цели, задачи и принципы управления рисками в малом бизнесе

Цель анализа рисков в малом бизнесе. Формы управления риском в малом бизнесе: активная, адаптивная и консервативная. Понятие «риск-менеджмент». Методы и процедуры управления рисками малого бизнеса. Современные требования к управлению рисками. Стратегиче-

ское и оперативное управление. Организация управления рисками в малом бизнесе. Разработка программы управления рисками. Разработка ситуационных планов.

Тема 7. Риск-анализ в малом бизнесе

Разработка сценариев эволюции окружающей среды и определение факторов риска. Анализ внешней окружающей среды. Факторы, влияющие на уровень риска. Факторы прямого воздействия и факторы косвенного воздействия. Риск ближней окружающей среды. Отраслевой риск. Анализ отраслевого риска. Анализ возможного проявления рисков внутриотраслевой конкуренции. Изменение доли рынка сбыта. Основные этапы анализа риска. Оценка рисков. Волантильность и чувствительность критериев деятельности к их последствиям. Качественная оценка рисков. Анализ риска конкуренции. Особенности оценки рисков в малом бизнесе.

Раздел III. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В УПРАВЛЕНИИ РИСКАМИ

Тема 8. Маркетинговые исследования в малом бизнесе

Маркетинг как фактор конкурентоспособности фирмы. Маркетинговые исследования: содержание и методы. Особенности маркетинга малого бизнеса. Внутренняя и внешняя маркетинговая среда малого бизнеса. Маркетинг в различных сферах деятельности малого бизнеса. Функции маркетинга в малом бизнесе. Структура маркетинговой информации в малом бизнесе. Цель и задачи рекламной деятельности.

Тема 9. Значение маркетинговых исследований в управлении рисками

Разработка маркетинговой стратегии в малом бизнесе. Маркетинговые стратегии и управление маркетингом на малых предприятиях в условиях неопределенности и риска. Маркетинговая деятельность в процессе управления риском малого предприятия. Особенности организации управления маркетингом в малом бизнесе. Цель стратегического маркетингового планирования в малом бизнесе. Роль и задачи стратегического маркетинга. Стратегическая маркетинговая программа. Взаимосвязь стратегической маркетинговой программы с программой управления риском. Значение маркетинговых исследований в предпринимательстве.

VIII. Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины по видам компетенций:

В результате изучения дисциплины студенты должны:

- а) уметь анализировать финансовую отчетность и принимать обоснованные инвестиционные, кредитные и финансовые решения;
- б) проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений;
- в) проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования;
- г) проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений;
- д) оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.

IX. Используемые образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии:

А. Образовательные технологии – рецензирование литературных источников, доклады на семинарах, проведение совместных исследований, представление (презентация) коллективных разработок;

Б. Научно-исследовательские технологии - обобщение результатов научных исследований российских и зарубежных ученых; группировка статистических данных по развитию экономических объектов;

В. Научно-производственные технологии – проведение «мозговой атаки» в целях выявления коллективной точки зрения на события, явления; обработка временных рядов с целью выявления трендов.

X. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов, оценочные средства контроля успеваемости и промежуточной аттестации:

А. Учебно-методические рекомендации для обеспечения самостоятельной

работы студентов: использовать свои экспериментальные расчеты по рассматриваемым вопросам, представлять при презентации своих разработок раздаточный материал на CD-дисках или других носителях.

Б. Примерный список заданий для проведения текущей и промежуточной аттестации (темы для докладов; рефератов, презентаций и др. - по видам заданий):

Объекты для выполнения самостоятельных работ:

1. Риск как многоаспектное свойство современного мира.
2. Риск как экономическая категория.
3. Риск в структуре экономического поведения.
4. Предприятие в нестабильной экономической среде.
5. Риски в предпринимательской деятельности.
6. Инвестиционная деятельность в условиях неопределенности и риска.
7. Методы диагностики рисков фирмы.
8. Принятие рискованных решений в экономике и бизнесе.
9. Развитие предприятия и управление рисками.
10. Моделирование рискованных ситуаций в экономике и бизнесе.

В. Примерный список вопросов для проведения текущей и промежуточной аттестации:

1. Основные концепции теории рисков. Понятие неопределенности.
2. Неопределенность как среда появления риска
3. Понятие экономического риска. Субъекты экономического риска.
4. Природа и функции предпринимательского риска
5. Классификации предпринимательских рисков
6. Риск как объект управления
7. Цели, задачи и функции управления рисками
8. Идентификация рисков предпринимательской деятельности
9. Прогнозирование рисков в предпринимательской деятельности
10. Качественный и количественный подходы к анализу рисков
11. Методы экспертных оценок
12. Экономико-математические методы анализа рисков
13. Моделирование рискованной ситуации на предприятии
14. Принятие рискованных решений в предпринимательстве
15. Современные требования к управлению рисками
16. Классификация методов управления рисками
17. Стратегические основы управления рисками
18. Оценка эффективности управления рисками
19. Определение и общие признаки предпринимательства
20. Малый бизнес как разновидность предпринимательства
21. Понятие предпринимательской среды малого бизнеса
22. Цель и задачи анализа рисков в малом бизнесе
23. Методы и процедуры управления рисками малого бизнеса
24. Организация управления рисками в малом бизнесе
25. Маркетинговые исследования в малом бизнесе
26. Функции маркетинга в малом бизнесе
27. Внешняя и внутренняя маркетинговая среда
28. Стратегический маркетинг в малом бизнесе
29. Стратегический маркетинг в управлении рисками
30. Управление маркетингом в малом бизнесе

XI. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

- A. Основная литература – с выделением подразделов (по прилагаемой форме);
- Б. Дополнительная литература – с выделением подразделов (по прилагаемой форме);
- В. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы – с выделением подразделов;

№ п/п	Автор	Название книги / статьи	Отв. редактор (для коллективных работ)	Место издания	Издательство	Год задания	Название журнала (сборника)	Том (выпуск) журнала / сборника	Номер журнала
1	Абчук В.А.	Риски в бизнесе, менеджменте и маркетинге		СПб.	Изд-во Михайлова В.А.	2006			
2	Грачева М.В., Ляпина С.Ю.	Управление рисками в инновационной деятельности		Москва	Юнити-Дана	2010			
3	Воробьев С.Н., Балдин К.В.	Системный анализ и управление рисками в предпринимательстве		Москва	Издательство МПСИ				
4	Королев В.Ю.	Математические основы теории риска		Москва	ФИЗМАТЛИТ	2011			
5	Федосеева Р.Н., Крюкова О.Г.	Управление рисками промышленного предприятия. Опыт и рекомендации.		Москва	Экономика	2008			

Ресурсы Интернет

1. www.risk-manage.ru
2. www.hedging.ru

XII. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- А. Помещения – на одну-две группы;
- Б. Оборудование – компьютерный класс.