

АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни / освітнього компонента	Методи прийняття управлінських рішень
Освітня програма	Маркетинг
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредитів / 90 годин
Вид підсумкового контролю з дисципліни	Залік
Мова викладання	Українська
Викладач	Хомич Сергій Васильович, кандидат економічних наук
CV викладача на сайті кафедри/ЗВО	https://rshu.edu.ua/121-personalii/1218-khomych-serhii-vasylovych
E-mail викладача	sergiy.khomych@rshu.edu.ua

Мета та завдання навчальної дисципліни.

Метою дисципліни є формування у здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти знань і практичних навичок застосування методів прийняття управлінських рішень у сфері маркетингу, зокрема в умовах ризику та невизначеності, на основі аналітичних, кількісних і експертних підходів для обґрунтування ефективних управлінських дій.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- Сформувати розуміння сутності управлінських рішень та етапів їх прийняття.
- Ознайомити з методами аналізу альтернатив у маркетинговій діяльності.
- Навчити застосовувати критерії прийняття рішень в умовах ризику та невизначеності.
- Сформувати навички побудови дерева рішень і розрахунку очікуваних результатів.
- Ознайомити з багатокритеріальними методами вибору маркетингових стратегій.
- Розвинути здатність обґрунтовувати управлінські рішення на основі даних і аналітики.

Зміст навчальної дисципліни.

Тема 1. Сутність управлінських рішень та їх роль у маркетинговій діяльності.

Тема 2. Процес прийняття рішень: етапи, моделі, типи рішень.

Тема 3. Прийняття рішень в умовах визначеності.

Тема 4. Прийняття рішень в умовах ризику (очікуване значення, критерій Байєса, дисперсія).

Тема 5. Прийняття рішень в умовах невизначеності (критерії Вальда, Севіджа, Гурвіца).

Тема 6. Дерева рішень та аналіз альтернативних стратегій.

Тема 7. Багатокритеріальні методи прийняття рішень (метод зважених оцінок, АНР).

Тема 8. Експертні методи та групове прийняття рішень у маркетингу.

Тема 9. Поведінкові аспекти прийняття управлінських рішень.

Тема 10. Застосування методів прийняття рішень у маркетингових кейсах (ціноутворення, вибір каналів просування, запуск нового продукту).