

Силабус освітнього компоненту ВК

(умовне позначення ОК в освітній програмі (ОП))

Освітня програма "Менеджмент"

Рівень вищої освіти третій (освітньо-науковий)

**Управління міжорганізаційними
взаємовідносинами на автомобільному транспорті
4 (весінній семестр)**

Дата створення: 2.04.2021 р.

Викладач: Федотова Ірина Володимирівна, д.е.н., доцент

Кафедра: кафедра менеджменту

Контактний телефон: 050-595-02-08 (моб.)

E-mail: irina7vf@gmail.com

Обсяг освітнього компоненту: 4 кредита (120 годин)

Короткий зміст освітнього компоненту: Метою є розвиток в аспірантів дослідницьких навиків в області менеджменту та маркетингу взаємовідносин, а також отримання теоретичних знань в області сучасних тенденцій розвитку міжорганізаційних відносин, придбання навичок і умінь вирішення практичних ситуацій, пов'язаних з аналізом конкурентного середовища на ринках, визначенням суб'єктів, що займають домінуюче становище, формування системи взаємовідносин АТП з його основними партнерами, враховуючи задоволення потреб партнерів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є загальні закономірності розвитку міжорганізаційних взаємовідносин, системи взаємодії підприємства з основними партнерами, процеси стратегічного та оперативного управління системою вертикальних і горизонтальних мережевих взаємовідносин між юридично незалежними економічними агентами.

Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- основні риси та особливості трансформації світового економічного простору, сучасні підходи до розуміння інтеграційних процесів;
- теоретичних та методологічних основ маркетингу взаємовідносин;
- визначення ключових партнерів підприємства;
- поняття межорганізаційної мережі, критерії виявлення і причини формування, типології мережевих структур;

- вивчення впливу макро- та мікросередовища на взаємини підприємств в мережі;
- форми міжорганізаційної мережевої взаємодії;
- формування лояльності партнерів до підприємства;
- особливості інформаційних обмінів в міжорганізаційних мережах;
- розробка індивідуальних стратегій взаємовідносин з партнерами, управління портфелем взаємин підприємства;
- розробка стратегії управління міжорганізаційними відносинами в ланцюжку створення цінності і оцінки її ефективності.

Передумови для вивчення освітнього компоненту: ОК 2 Історія і філософія техніки і технології, ОК 6 Методи дослідження в економіці і менеджменті, ОК 7 Теорія і методологія менеджменту на транспорті, ОК 8 Управління конкурентоспроможністю на автомобільному транспорті.

Компетентності:

Загальні компетентності:

ЗК 1. Формування системного наукового/мистецького світогляду, професійної етики та загального культурного кругозору;

ЗК 2. Здатність до критичного мислення генерування нових складних ідей, аналізу та синтезу цілісних знань;

ЗК 3. Здатність до організації та проведення оригінальних наукових досліджень;

ЗК 4. Здатність спілкуватись з науковою спільнотою з метою презентації результатів наукових досліджень та їх оприлюднення державною, англійською та/або іншою іноземною мовою;

ЗК 5. Здатність до науково-педагогічної діяльності у галузі управління та адміністрування;

ЗК 6. Здатність діяти на основі етичних міркувань та академічної доброчесності.

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК 1. Здатність до пошуку, обробки та аналізу та узагальнення інформації для проведення самостійних наукових досліджень у сфері менеджменту.

СК 2. Здатність обґрунтовано обрати та використовувати методи та інструменти наукових досліджень у сфері менеджменту.

СК 3. Здобуття глибинних знань з менеджменту, зокрема розуміння теоретичних і практичних проблем, історії розвитку та сучасного стану наукових знань, критичного аналізу основних концепцій, походження, розвитку та будови організації, здатність їх застосовувати для формування світоглядної позиції, оволодіння науковою термінологією.

СК 4. Набуття універсальних навичок дослідника у сфері менеджменту, зокрема застосування сучасних інформаційних технологій у науковій

діяльності, управління науковими проектами та/або складення пропозицій щодо фінансування наукових досліджень, реєстрації прав інтелектуальної власності.

СК 6. Здатність до впровадження результатів власних досліджень у сфері менеджменту.

СК 7. Здатність планувати і виконувати наукові та прикладні дослідження, презентувати їх результати;

СК 9. Здатність до самостійного опанування новими знаннями, використання сучасних освітніх та дослідницьких технологій у сфері менеджменту.

СК 10. Здатність формувати задачі моделювання, застосовувати статистичні методи і моделі для аналізу об'єктів і процесів у сфері менеджменту

СК 11. Здатність до комплексного та системного управління діяльністю підприємств автомобільного транспорту в умовах конкуренції.

СК 12. Розуміння теоретичних та методологічних засад, що лежать в основі дослідження проблем у галузі управління підприємствами транспорту, розвитку і вдосконалення транспортної системи України, міжнародних транспортних коридорів, транспортно-логістичних систем.

Результати навчання:

ПРН 1. Формувати системний науковий світогляд, володіти сучасними теоріями і концепціями у сфері менеджменту.

ПРН 3. Демонструвати навички самостійного виконання наукового дослідження, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, оцінювати результати автономної роботи і нести відповідальність за особистий професійний розвиток та навчання інших.

ПРН 4. Ініціювати, розробляти та реалізовувати проекти у сфері менеджменту, управляти ними та здійснювати пошук партнерів для їх реалізації.

ПРН 7 Здійснювати критичний аналіз, узагальнювати результати наукових досліджень, формувати та обґрунтовувати висновки і пропозиції щодо розвитку концептуальних і методологічних знань у галузі менеджменту.

ПРН 9. Обирати та використовувати загально-наукові та спеціальні методи наукових досліджень у галузі менеджменту.

ПРН 10. Здійснювати апробацію та впровадження результатів власних досліджень у сфері менеджменту.

ПРН 11. Діяти на основі етичних міркувань та академічної доброчесності в процесі проведення наукових досліджень, оприлюднення результатів та їх впровадження.

ПРН 12. Ідентифікувати та класифікувати нові задачі в сфері менеджменту за видами економічної діяльності (автомобільний транспорт та

логістика), описувати, аналізувати та оцінювати відповідні об'єкти, явища та процеси, обирати оптимальні методи їх дослідження.

ПРН 13. Здійснювати дослідження проблем у галузі економіки транспорту, розвитку і вдосконалення транспортної системи України, міжнародних транспортних коридорів, транспортно-логістичних систем

Тематичний план

№ теми	Назва тем (ЛК, ЛР, ПР, СЗ, СР)	Кількість годин
1	2	3
1	ЛК 1. Інтеграційні процеси в сучасній економіці.	2
	ПР 1. Процесний підхід до міжорганізаційних взаємовідносин АТП з різними типами партнерів	2
	СР 1. Сучасна концепція маркетингу взаємодії, її переваги	12
2	ЛК 2. Теоретичні та методологічні основи управління партнерськими відносинами	2
	СР 2. Склад та структура процесів маркетингу взаємодії	12
3	ЛК 3. Розвиток міжорганізаційної мережевої взаємодії	2
	ПР 2. Оцінка рівня міжорганізаційних взаємовідносин АТП з партнерами	2
	СР 3. Суб'єкти зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства	12
4	ЛК 4. Форми міжорганізаційної кооперації підприємств	2
	СР 4. Міжорганізаційна взаємодія: партнерство та конкуренція	12
5	ЛК 5. Визначення рівня міжорганізаційних взаємовідносин	2
	ПР 3. Оцінка взаємовідносин АТП з індивідуальними партнерами	2
	СР 5. Зарубіжний та вітчизняний досвід оцінки цінності партнера	12
6	ЛК 6. Формування лояльності партнерів до підприємства	2
	СР 6. Поняття та види програм лояльності споживачів підприємства	12
7	ЛК 7. Роль інформаційно-комунікаційних технологій в розвитку мережевих структур	2
	ПР 4. Формування моделі взаємодії партнерів в мережі та програми поліпшення взаємовідносин з ними	2
	СР 7. Напрямки оцінки рівня взаємовідносин АТП з партнерами	12
8	ЛК 8. Основні стратегії управління взаєминами партнерів в мережевих структурах	2
	СР 8. Загальні стратегії взаємодії суб'єктів в конфліктних ситуаціях	12
Разом	ЛК	16
	ПР (ЛР, СЗ)	8
	СР	96
УСЬОГО за дисципліною		120

Методи навчання, форми та методи оцінювання:

- 1) словесні:
 - 1.1 традиційні: лекції, пояснення, розповідь тощо;
 - 1.2 інтерактивні (нетрадиційні): проблемні лекції, дискусії тощо;
- 2) наочні: метод ілюстрацій, метод демонстрацій
- 3) практичні:

3.1 традиційні: практичні заняття, семінари;

3.2 інтерактивні (нетрадиційні): ділові ігри, тренінги, семінари-дискусії, «круглий стіл», аналіз реальних проблем, метод мозкової атаки.

Розподіл балів з дисципліни

Види оцінювання	<i>T1</i>	<i>T2</i>	<i>T3</i>	<i>T4</i>	<i>T5</i>	<i>T6</i>	<i>T7</i>	<i>T8</i>	Усього
Виступ на занятті, участь у дискусії	2	2	2	2	2	2	2	2	16
Захист практичних робіт	6	-	6	-	6	-	6	-	24
Контрольна робота	15				15				30
Індивідуальне дослідне завдання (есе, підготовка презентації)	5				5				10
Залік									20
Всього з дисципліни									100

Поточний контроль реалізується у формі опитування, експрес-контролю, контролю засвоєння навчального матеріалу, правильності виконання практичних завдань та розрахунків, у тому числі запланованих на самостійне опрацювання, захист індивідуального дослідного завдання (есе).

Здобувач накопичує бали протягом семестру за виконання завдань, виступи на заняттях, участь у дискусіях, а також за виконання контрольних робіт.

Робота на лекції оцінюється в 2 бали з них:

1 бал – присутність на лекції;

1 бал – активна участь в дискусії, відповіді на запитання лектора, виступ на занятті.

Оцінювання знань здобувача під час практичних занять має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача до виконання конкретної роботи. Практична робота оцінюється в 6 балів, з них:

2 бали – правильність відповідей за темою роботи;

2 бали – правильність розрахунків відповідно до теми практичної роботи, вміння інтерпретувати результати розрахунків відповідно до об'єкту дослідження;

1 бал – робота з інтернет-ресурсами та коректний підбір даних для розрахунків;

1 бали – якісно оформлений звіт з практичної роботи.

При оцінюванні виконання практичних робіт увага також приділяється якості, самостійності та своєчасності здачі виконаних завдань викладачу (згідно з графіком навчального процесу).

Передбачено 2 контрольні роботи. Максимальна кількість балів по кожній з них - 15 (в тому числі 5 теоретичних питань по 2 бали і 1

управлінське завдання, що оцінюється відповідно 5 балами при демонстрації належного рівня знань і розуміння теми, виявленні аналітичних здібностей, здатності до системного, логічного і послідовного мислення; 2-4 балів - за умов логічного і послідовного викладу матеріалу та недостатністю або недосконалістю аналітичної частини).

Передбачено 2 індивідуальні дослідні завдання у вигляді написання есе. Есе оцінюється у 5 балів та за змістом відповідає тематиці наукового дослідження здобувача ступеня PhD. В якості есе може виступати стаття чи тези доповідей, що містять елементи наукового дослідження відповідно до розглянутих тем, підготовка презентації.

Підсумковий контроль передбачає залік у вигляді усного опитування. На заліку максимальна кількість балів - 20.

*Критерії оцінювання знань здобувачів освіти на заліку
при відповіді на теоретичні питання*

Оцінка	Критерії
15 – 20 балів	Здобувач освіти правильно відповідає на поставлене питання, вміє пояснити сутність, методiku, може навести приклади застосування понятійного апарату, демонструє здатності до системного, логічного і послідовного мислення; проявляє вміння аргументувати свої думки та ставлення до відповідної проблеми.
10 – 14 балів	Здобувач освіти дає правильну відповідь на поставлене питання, при цьому показує достатні знання понятійного апарату, вміння аргументувати свої думки щодо відповідної категорії. Проте відповідь не є вичерпною, або допущені окремі неточності.
3 – 9 балів	Здобувач освіти у цілому відповів на поставлене запитання, але не спромігся аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, показав недостатні знання літературних джерел.
0-2 балів	Здобувач освіти дає неправильну відповідь на питання, показує незадовільне знання понятійного апарату чи взагалі нічого не відповідає.

Максимальна кількість балів в цілому за дисципліною становить 100 балів. Студент отримує залік при накопиченні мінімального порогу в 60 балів.

Політика курсу:

– освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із керівником курсу;

- самостійна робота передбачає вивчення окремих тем навчальної дисципліни, які винесені відповідно до програми на самостійне опрацювання, або ж були розглянуті стисло;
- всі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін;
- якщо здобувач вищої освіти відсутній на заняттях з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача;
- під час вивчення курсу здобувачі вищої освіти повинні дотримуватись правил академічної доброчесності, викладених у таких документах: «Правила академічної доброчесності учасників освітнього процесу ХНАДУ» (https://www.khadi.kharkov.ua/fileadmin/P_Standart/pologeniya/stvnz_67_01_dobroch_1.pdf), «Академічна доброчесність. Перевірка тексту академічних, наукових та кваліфікаційних робіт на плагіат» (https://www.khadi.kharkov.ua/fileadmin/P_Standart/pologeniya/stvnz_85_1_01.pdf), «Морально-етичний кодекс учасників освітнього процесу ХНАДУ» (https://www.khadi.kharkov.ua/fileadmin/P_Standart/pologeniya/stvnz_67_01_MEK_1.pdf).

Рекомендована література:

1. Багиев Г.Л., Шубаева В.Г. Маркетинг взаимодействия. СПб.: Издательство СПбГСУ, 2020. 320 с.
2. Балабанова Л.В., Чернишева С.В. Маркетинг відносин в системі управління підприємством: монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. 280 с.
3. Бутенко Н. В. Розвиток партнерства в національній економіці: монографія [Текст]; НАН України, Інститут економіки промисловості. Київ: Вид-во ІЕП НАН України, 2015. 358 с.
4. Гладій І.Й. Зварич І.Я. Міжнародні виробничі мережі в Європі: монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2015. 292 с.
5. Иган Дж. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений. 2-е изд. Пер. с англ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 375 с.
6. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент / пер. с англ. 15-е изд. СПб.: Питер, 2018. 810 с.
7. Крикавський Є. Партнерські відносини на ринку B2B та B2C : монографія. Львів : Львівська політехніка, 2015. 232 с.
8. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия: пер. с англ. 4-е изд. М.: Издательский дом «Вильямс», 2018. 1008 с.
9. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. 2-е изд./Пер с англ. Под ред. В.Б.Колчанова. СПб: Питер, 2014. 720 с.

10. Маркетинг взаимодействия и экономика предпринимательства / под науч. ред. Г. Л. Багиева. СПб.: Астерион, 2015. 313 с.
11. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса: коллект. моногр. / М. А. Бек, Н. Н. Бек, Е. В. Бузулукова и др.; под науч. ред. М. Ю. Шерешевой ; Нац. исслед. ун-т "Высшая школа экономики". М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014. 446 с.
12. Соколенко С.И. Производственные системы глобализации. Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры. Украинский контекст: монография. Киев: Логос, 2014. 648 с.
13. Сучасні форми конкурентної взаємодії суб'єктів господарювання: монографія / Ж.В. Поплавська, Н.Л. Михальчишин, М.Л. Данилович-Кропивницька, О.В. Гошовська, С.О. Комаринець; за заг. ред. Ж.В. Поплавської. Львів: ТОВ «Галицька видавнича спілка», 2019. 201 с.
14. Теоретичні і методологічні основи дослідження економічних відносин в Україні в умовах інтеграції в глобальний процес розвитку: монографія / [М. І. Зверяков, М. О. Уперенко, Л. Л. Жданова та ін.]; за заг. ред. М. І. Зверякова. Одеса: Атлант, 2016. 389 с.
15. Федотова І.В. Теоретико-методологічні засади управління життєздатністю підприємств автомобільного транспорту: монографія. Харків: ФОП Бровін О.В., 2020. 420 с.
16. Федотова І.В., Шинкаренко В.Г. Системно-методологічні основи організації маркетингу взаємодії на підприємствах. Маркетинг взаємодії: сучасна теорія і практика: монографія / за заг. редакцією Н.В. Попової, А.В. Катаєва. Харків: ФОП Панов А.М., 2016. Розд. 3. С. 72–123.
17. Шерешева М.Ю. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 446 с.
18. Шинкаренко В.Г., Федотова И.В. Маркетинг взаємовідносин АТП з основними партнерами. Харьков, ХНАДУ, 2012. 232 с.
19. Brigman M. Partnernomics: The Art, Science, and Processes of Developing Successful Strategic Partnerships. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017. 210 p.
20. Buffett H.W., Eimicke W.B. Social Value Investing. A Management Framework for Effective Partnerships. Columbia University Press, 2018. 448 p.
21. Fedotova I., Shynkarenko V., Kryvoruchko O. Development of the Viable System Model of Partner Relationship Management of the Company. *International Journal of Engineering & Technology*. 2018. Vol. 7, № 4.3. P. 445-450.
22. Sochan M. The Art of Strategic Partnering: Dancing with Elephants. NAK Publishing, 2018. 146 p.

Додаткові джерела:

1. Дистанційний курс:
<https://dl.khadi.kharkov.ua/course/view.php?id=1274>
2. Національна бібліотека України ім. Вернадського. URL:

<http://www.nbuuv.gov.ua>

3. Освіта.ua. Менеджмент. URL:

<https://osvita.ua/vnz/reports/management/>

4. Центр фінансово-економічних наукових досліджень. Бібліотека.

URL: http://www.economics.in.ua/p/blog-page_45.html

5. Навчальні матеріали онлайн. URL:

<https://pidru4niki.com/menedzhment/>; <https://pidru4niki.com/marketing/>

<https://textbook.com.ua/marketing>

<http://eclib.net/21/index.html>

<http://www.management.com.ua/marketing/mark165.html>

6. TRADING ECONOMICS. URL: <https://tradingeconomics.com>

7. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. URL: <http://ukrstat.gov.ua>

8. Офіційний сайт департаменту статистики Організації Об'єднаних Націй [Електронний ресурс]. URL: <http://unstats.un.org/unsd/default.htm>

9. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі України. URL: <http://me.kmu.gov.ua>

10. Офіційний сайт Світового економічного форуму. URL: <http://www.weforum.org>