

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Підприємницькі мережі: форма організації міжфірмових взаємодій суб'єктів підприємництва
Назва дисципліни

Галузь знань 07 – Управління та адміністрування

Спеціальність 075 – Маркетинг

Рівень вищої освіти – Третій (доктор філософії)

Освітньо-професійна програма – Маркетинг

Обсяг дисципліни – 4 кредити ЄКТС

Мова навчання – українська

Статус дисципліни: вибіркова (дисципліни поглибленої професійної підготовки)

Факультет – Економіки та управління

Кафедра – Маркетингу і торговельного підприємництва

Форма навчання	Курс	Семестр	Обсяг дисципліни	Кількість годин						Курсовий проект	Курсова робота	Форма семестрового контролю	
				Аудиторні заняття					Самостійна робота, в т.ч. ІР			Залік	Іспит
			Кредити ЄКТС	Разом	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття	Індивідуальна робота					
Денна	1	2	4	54	36	-	18	-	66	-	-	+	-
Заочна	1	2	4	12	8	-	4	-	108	-	-	+	-

Робоча програма складена на основі освітньо-наукової програми підготовки доктора філософії зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Програма складена С.М. Забурмеха
(підпис)

к.е.н. доц. С.М. Забурмеха

(Вчений ступінь, звання, ініціал, прізвище англалфавітом)

Схвалена на засіданні кафедри маркетингу і торговельного підприємництва
(назва кафедри)

Протокол № 7 від 21 січня 2021 р. Зав. кафедри С.В. Ковальчук
(підпис) (ініціал, прізвище)

Робоча програма розглянута та схвалена Вченою радою факультету економіки і управління

Голова Вченої ради факультету

Бондаренко М.І.
(підпис) (ініціал, прізвище)

Хмельницький 2021

2. Лист погодження

3. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Дисципліна Підприємницькі мережі: форма організації міжфірмових взаємодій суб'єктів підприємництва є вибірковою дисципліною поглибленої професійної підготовки і займає одне з провідних місць у підготовці фахівців освітнього рівня РНд за освітньо-науковою програмою підготовки доктора філософії зі спеціальністю 075 «Маркетинг».

Відповідно до освітньо-наукової програми із зазначеної спеціальності дисципліна має забезпечити:

- компетентності:

Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку об'єктів та суб'єктів маркетингу на основі прикладних досліджень.

- програмні результати навчання:

Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій. Демонструвати системність наукового світогляду і здатність інтерпретувати сучасні теорії та концепції маркетингу, в тому числі на межі предметних галузей, з метою отримання нових теоретичних і прикладних результатів. Здійснювати самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері маркетингу чи на межі предметних галузей економіки, управління та адміністрування з метою встановлення траєкторії розвитку реальних ринкових процесів і поведінки ринкових суб'єктів.

Мета навчальної дисципліни - отримання здобувачами необхідних теоретичних та практичних навиків щодо взаємодії підприємницьких мереж та торговельних систем в процесі ринкових відносин, а також підвищенні ефективності їх діяльності.

Предмет дисципліни. Сфера взаємовідносин підприємницьких мереж та торговельних систем з організаціями та клієнтами в процесі розподілу товару для досягнення цілей підприємства.

Завдання дисципліни: Формування у здобувачів системи спеціальних знань у майбутніх фахівців сфери товарного обігу в області формування підприємницьких мереж та торговельних систем; основи професійних умінь в управлінні міжфірмовими мережами; способів і методів розвитку інтеграційних об'єднань.

Результати навчання. Здобувач, який успішно завершив вивчення дисципліни, має: **демонструвати** системність наукового світогляду і здатність інтерпретувати сучасні теорії та концепції маркетингу, в тому числі на межі предметних галузей, з метою отримання нових теоретичних і прикладних результатів; **здійснювати** самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері маркетингу чи на межі предметних галузей економіки, управління та адміністрування з метою встановлення траєкторії розвитку реальних ринкових процесів і поведінки ринкових суб'єктів; досконало **володіти** професійною термінологією створення та управління мережових і кластерних об'єднань для застосування її у сфері маркетингу; **знати** проблеми мережових і кластерних об'єднань і вміти застосовувати знання для вирішення проблем через входження в підприємницьку мережу, **знати** методи і інструменти оцінки ефективності діяльності мережових і кластерних об'єднань; **аналізувати і прогнозувати** ефективність діяльності та конкурентну позицію мережових і кластерних об'єднань; **розробляти** систему гнучкого управління мережових і кластерних об'єднань; **виявляти** навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, **бути** критичним і самокритичним.

4. Структура залікових кредитів дисципліни

Назва розділу (теми)	Кількість годин, відведених на:					
	Денна форма			Заочна форма		
	Лекції	Прак-тичні заняття	СРС	Лекції	Прак-тичні заняття	СРС
Розділ 1. Підприємницькі мережі та їх місце у національній економіці						
Тема 1. Види підприємницьких мереж, їх особливості та організаційно-методичні засади формування і функціонування в Україні	6	4	11	2	2	18
Тема 2. Досвід формування й розвитку мережових і кластерних об'єднань	6	2	11			18
Тема 3. Системний підхід до кластеризації національної економіки	6	2	11	2		18
Розділ 2 Використання маркетингових інструментів у розвитку мережових і кластерних об'єднань						
Тема 4. Розвиток кластерів як ефективний механізм підвищення конкурентоспроможності	6	4	11	2	2	18
Тема 5. Інноваційні підприємницькі мережі (технологічні парки) у становленні та розвитку економіки	6	4	11			18
Тема 6. Сутність маркетингу партнерських взаємовідносин, його генеза та роль у формуванні ефективної взаємодії суб'єктів господарювання	6	2	11	2		18
Разом за II семестр	36	18	66	8	4	108

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

5.1. Зміст лекційного курсу для денної форми навчання

Номер лекції	Перелік тем лекцій, їх анотації	Кількість годин
1	2	3
1	Тема 1. Види підприємницьких мереж, їх особливості та організаційно-методичні засади формування і функціонування в Україні Види маркетингових систем. Типи маркетингових систем. Класифікація підприємницьких мереж у торгівлі та рекомендовані їх види для створення в Україні. Література: [2, 6, 10-17, 19, 20]	2
2.	Тема 1. Види підприємницьких мереж, їх особливості та організаційно-методичні засади формування і функціонування в Україні Горизонтальна та вертикальна інтеграція підприємницьких мереж. Ознаки класифікації мереж торговельних (торговельно-розважальних) центрів. Форми відносин з конкурентами. Література: [2, 6, 10-17, 19, 20]	2

1	2	3
3.	Тема 1. Види підприємницьких мереж, їх особливості та організаційно-методичні засади формування і функціонування в Україні Основні принципи формування підприємницьких мереж. Модель розробки та прийняття рішення щодо формування підприємницької мережі. <i>Література:</i> [2, 6, 10-17, 19, 20]	2
4.	Тема 2. Досвід формування й розвитку мережеских і кластерних об'єднань Базові галузі та промислово-виробничі кластери розвинених країн. Досвід США, Канади. <i>Література:</i> [4, 25, 26]	2
5.	Тема 2. Досвід формування й розвитку мережеских і кластерних об'єднань Досвід країн ЄС. Досвід Японії. <i>Література:</i> [4, 25, 26]	2
6.	Тема 2. Досвід формування й розвитку мережеских і кластерних об'єднань Досвід Росії. Досвід України. <i>Література:</i> [4, 25, 26]	2
7.	Тема 3. Системний підхід до кластеризації національної економіки Основні закони системи кластеризації. Характерні особливості системи кластеризації. <i>Література:</i> [6, 7, 8]	2
8.	Тема 3. Системний підхід до кластеризації національної економіки Управління кластером. Основні функції апарату управління кластером. Вимоги до структури управління кластером. <i>Література:</i> [6, 7, 8]	2
9.	Тема 3. Системний підхід до кластеризації національної економіки Модель формування органів управління у кластерній системі. Етапи життєвого циклу кластерів та чинники впливу на їх зміну. Місце кластеризації в інтегрованих процесах національної економіки. <i>Література:</i> [6, 7, 8]	2
10.	Тема 4. Розвиток кластерів як ефективний механізм підвищення конкурентоспроможності Теорії формування і розвитку конкурентоспроможності економіки. Теорія кластерного механізму. <i>Література:</i> [3, 7, 21, 23, 24, 30]	2
11.	Тема 4. Розвиток кластерів як ефективний механізм підвищення конкурентоспроможності Цілі кластера. Сенергійний ефект всередині кластера. <i>Література:</i> [3, 7, 21, 23, 24, 30]	2
12.	Тема 4. Розвиток кластерів як ефективний механізм підвищення конкурентоспроможності Потенціал кластера. Інноваційність кластера. <i>Література:</i> [3, 7, 21, 23, 24, 30]	2
13.	Тема 5. Інноваційні підприємницькі мережі (технологічні парки) у становленні та розвитку економіки Технологічні парки. Причини появи та розвитку наукових парків. передумови створення технопарку. <i>Література:</i> [8, 16, 18, 23]	2
14.	Тема 5. Інноваційні підприємницькі мережі (технологічні парки) у становленні та розвитку економіки Типи технологічних парків. <i>Література:</i> [8, 16, 18, 23]	2
15.	Тема 5. Інноваційні підприємницькі мережі (технологічні парки) у становленні та розвитку економіки Спектр послуг, що надають технопарки. <i>Література:</i> [8, 16, 18, 23]	2

1	2	3
16.	Тема 6. Сутність маркетингу партнерських взаємовідносин, його генеза та роль у формуванні ефективної взаємодії суб'єктів господарювання Сутність партнерського маркетингу. Передумови розвитку партнерського маркетингу в Україні. Дослідження стану взаємодії учасників каналу розподілу. <i>Література:</i> [1, 20, 22, 28, 29]	2
17.	Тема 6. Сутність маркетингу партнерських взаємовідносин, його генеза та роль у формуванні ефективної взаємодії суб'єктів господарювання Визначення понятійного апарату маркетингу партнерських взаємовідносин. Складові маркетингу партнерських взаємовідносин. Основні наукові школи концепції маркетингу взаємовідносин. <i>Література:</i> [1, 20, 22, 28, 29]	2
18.	Тема 6. Сутність маркетингу партнерських взаємовідносин, його генеза та роль у формуванні ефективної взаємодії суб'єктів господарювання Умови формування підприємницьких мереж на засадах маркетингу взаємовідносин. Фактори, що сприяють формуванню ефективних взаємовідносин між партнерами у маркетинговому каналі розподілу. <i>Література:</i> [1, 20, 22, 28, 29]	2
Разом за II семестр		36

Перелік оглядових лекцій для здобувачів заочної форми навчання

Номер лекції	Перелік тем лекцій, їх анотації	Кількість годин
1	2	3
1.	Тема 1. Види підприємницьких мереж, їх особливості та організаційно-методичні засади формування і функціонування в Україні Види маркетингових систем. Класифікація підприємницьких мереж у торгівлі та рекомендовані їх види для створення в Україні. Горизонтальна та вертикальна інтеграція підприємницьких мереж. Основні принципи формування підприємницьких мереж. Модель розробки та прийняття рішення щодо формування підприємницької мережі. <i>Література:</i> [2, 6, 10-17, 19, 20] Тема 2. Досвід формування й розвитку мережових і кластерних об'єднань Базові галузі та промислово-виробничі кластери розвинених країн. Досвід США, Канади. Досвід країн ЄС. Досвід Японії. Досвід Росії. Досвід України. <i>Література:</i> [4, 25, 26]	2
2.	Тема 3. Системний підхід до кластеризації національної економіки Основні закони системи кластеризації. Характерні особливості системи кластеризації. Управління кластером. Вимоги до структури управління кластером. Модель формування органів управління у кластерній системі. Етапи життєвого циклу кластерів та чинники впливу на їх зміну. <i>Література:</i> [6, 7, 8]	2
3.	Тема 4. Розвиток кластерів як ефективний механізм підвищення конкурентоспроможності Теорії формування і розвитку конкурентоспроможності економіки. Теорія кластерного механізму. Сенергійний ефект всередині кластера. Потенціал кластера. <i>Література:</i> [3, 7, 21, 23, 24, 30] Тема 5. Інноваційні підприємницькі мережі (технологічні парки) у становленні та розвитку економіки Технологічні парки. Причини появи та розвитку наукових парків. передумови створення технопарку. Типи технологічних парків. <i>Література:</i> [8, 16, 18, 23]	2

1	2	3
4.	Тема 6. Сутність маркетингу партнерських взаємовідносин, його генеза та роль у формуванні ефективної взаємодії суб'єктів господарювання Сутність партнерського маркетингу. Передумови розвитку партнерського маркетингу в Україні. Дослідження стану взаємодії учасників каналу розподілу. Умови формування підприємницьких мереж на засадах маркетингу взаємовідносин. Фактори, що сприяють формуванню ефективних взаємовідносин між партнерами у маркетинговому каналі розподілу. Література: [1, 20, 22, 28, 29]	2
Разом за II семестр		8

5.2. Зміст практичних занять

Перелік практичних (семінарських) занять для здобувачів денної форми навчання

Номер п/п	Тема (зміст) практичного заняття	Кількість годин
1	2	3
1	Тема 1. Види підприємницьких мереж, їх особливості та організаційно-методичні засади формування і функціонування в Україні Література: [2, 6, 10-17, 19, 20]	2
		2
2	Тема 2. Досвід формування й розвитку мережових і кластерних об'єднань Література: [4, 25, 26]	2
3	Тема 3. Системний підхід до кластеризації національної економіки Література: [6, 7, 8]	2
4	Тема 4. Розвиток кластерів як ефективний механізм підвищення конкурентоспроможності Література: [3, 7, 21, 23, 24, 30]	2
		2
5	Тема 5. Інноваційні підприємницькі мережі (технологічні парки) у становленні та розвитку економіки Література: [8, 16, 18, 23]	2
		2
6	Тема 6. Сутність маркетингу партнерських взаємовідносин, його генеза та роль у формуванні ефективної взаємодії суб'єктів господарювання Література: [1, 20, 22, 28, 29]	2
Разом за II семестр		18

Перелік практичних занять для здобувачів заочної форми навчання

Номер п/п	Тема (зміст) практичного заняття	Кількість годин
1, 2, 3	Тема 1. Види підприємницьких мереж, їх особливості та організаційно-методичні засади формування і функціонування в Україні Література: [2, 6, 10-17, 19, 20] Тема 2. Досвід формування й розвитку мережових і кластерних об'єднань Література: [4, 25, 26] Тема 3. Системний підхід до кластеризації національної економіки Література: [6, 7, 8]	2
4, 5, 6	Тема 4. Розвиток кластерів як ефективний механізм підвищення конкурентоспроможності Література: [3, 7, 21, 23, 24, 30] Тема 5. Інноваційні підприємницькі мережі (технологічні парки) у становленні та розвитку економіки Література: [8, 16, 18, 23] Тема 6. Сутність маркетингу партнерських взаємовідносин, його генеза та роль у формуванні ефективної взаємодії суб'єктів господарювання Література: [1, 20, 22, 28, 29]	2
Разом за II семестр		4

5.3. Зміст самостійної (індивідуальної) роботи

Самостійна робота здобувачів усіх форм навчання полягає у систематичному опрацюванні програмного матеріалу з відповідних джерел інформації, підготовці до семінарських занять, тестування з теоретичного матеріалу, виконанні індивідуальних завдань. Керівництво самостійною роботою здійснює викладач згідно з розкладом консультацій.

Номер тижня	Вид самостійної роботи	Кількість годин дфн (зфн)
1	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу	4 (6)
2	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Підготовка до практичного заняття. Отримання індивідуального завдання	4 (6)
3	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Підготовка до практичного заняття.	4 (6)
4	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Підготовка до практичного заняття.	4 (6)
5	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Підготовка до практичного заняття.	4 (6)
6	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Підготовка до практичного заняття.	4 (6)
7	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Підготовка до практичного заняття.	4 (6)
8	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Підготовка до практичного заняття.	4 (6)
9	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Підготовка до практичного заняття.	3 (6)
10	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Підготовка до практичного заняття.	3 (6)
11	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Підготовка до практичного заняття.	3 (6)
12	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Підготовка до практичного заняття.	3 (6)
13	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Підготовка до практичного заняття.	3 (6)
14	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	3 (6)
15	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Написання реферату	3 (6)
16	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Підготовка до захисту індивідуального завдання	3 (6)
17	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу Захист індивідуального завдання	5 (6)
18	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Підготовка до практичного заняття.	5 (6)
Разом за _____ П _____ семестр		66 (108)

На самостійне опрацювання здобувачам у **другому** семестрі пропонується написання реферату в обсязі 20-25 сторінок за індивідуальними темами,

Здобувачі самостійно здійснюють пошук наукових джерел із досліджуваної проблематики, структурують реферат за послідовністю викладення матеріалу, формують презентацію для захисту результатів індивідуальної роботи і презентують їх на 17 тижні навчання. Методичні вказівки для написання реферату викладено в інформаційній системі університету <https://msn.khnu.km.ua/course/view.php?id=6649>.

Керівництво самостійною роботою та контроль за виконанням індивідуального завдання здійснюється викладачем згідно з розкладом консультацій у позаурочний час.

5.4. Орієнтовна тематика індивідуального завдання для самостійної роботи здобувачів (другий семестр)

1. Спільне підприємництво як основа глобальних трансформацій та безпеки світового господарства
2. Спільні підприємства як форма зовнішньоекономічної діяльності
3. Використання спільних підприємств для реструктуризації бізнесу
4. Теоретичні основи кластерної економіки
5. Методологія формування кластерів та нова регіональна промислова політики
6. Регіональні особливості розвитку промислових кластерів
7. Еволюція форм взаємодії суб'єктів на B2B та B2C ринках
8. Маркетингові аспекти міжфірмових відносин

6. ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Процес навчання з дисципліни ґрунтується на використанні традиційних та сучасних технологій. Вивчаючи дисципліну, здобувачі, крім лекційного матеріалу, повинні користуватись додатково спеціальною літературою, рекомендованою програмою курсу, законами України та урядовими інструктивними матеріалами.

Методика вивчення курсу передбачає читання лекцій (з використанням тренінгів, практикумів, презентацій), індивідуальну роботу здобувачів, консультації і мають за мету оволодіння здобувачами спеціальною термінологією стосовно взаємодії підприємницьких мереж та торговельних систем в процесі ринкових відносин, а також підвищенні ефективності їх діяльності.

У процесі навчання використовуються такі методи: пояснення, розповідь, лекція, бесіда, спостереження, інструктаж, навчальна дискусія, демонстрування, самостійне спостереження, вправи, практичні заняття, стимулювання обов'язку і відповідальності у навчанні.

Самостійна робота здобувача є основним засобом оволодіння матеріалом дисципліни, засвоєння необхідних знань, умінь і навичок у час, вільний від обов'язкових навчальних занять.

7. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

При викладанні дисципліни використовуються такі види навчальних занять як лекції, практичні заняття, індивідуальне консультування і керівництво самостійною роботою здобувача, в т.ч. за індивідуальним завданням.

При оцінюванні знань здобувачів використовуються різні засоби контролю, зокрема: усне опитування; письмове опитування (вибіркове); письмова контрольна робота; перевірка знань тестовим контролем в модульному середовищі; перевірка якості виконання індивідуальних завдань здобувачів.

При оцінюванні знань здобувачів використовуються такі види контролю, як поточний і підсумковий. Поточний контроль здійснюється у дні проведення контрольних заходів, встановлених робочим планом дисципліни, і включає в себе такі види:

– усне опитування, що дає можливість з'ясувати чи здобувач достатньою мірою засвоїв теоретичний матеріал з тем курсу і чи їх рівень опанування теоретичних основ дозволить їм вирішувати практичні завдання;

– письмове опитування, яке дає можливість визначити рівень вивчення здобувачем теоретичного матеріалу з тем курсу, тобто глибину засвоєння знань, ступінь запам'ятовування матеріалу з тем курсу та вміння аналітично поєднувати теоретичні знання;

– письмова контрольна робота, що передбачає виконання задач та завдань з тем курсу, яка показує ретельність вивчення здобувачем конкретних тем, ступінь запам'ятовування матеріалу, вміння здобувачів поєднувати теоретичні знання курсу і виокремлювати потрібні їх елементи для розв'язання конкретних практичних завдань, вирішення економічних ситуацій;

– виконання індивідуальних завдань та їх презентація;

– тестовий контроль, який виконується в модульному середовищі і який дає можливість

перевірити чіткість засвоєння ключових понять, визначень та характеристик по кожній з тем курсу, тобто рівень засвоєння теоретичного матеріалу.

8. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧІВ

Оцінка, яка виставляється за практичне заняття, складається з таких елементів: усне опитування здобувачів; знання теоретичного матеріалу з теми роботи; вільне володіння здобувачем спеціальною термінологією і уміння професійно обґрунтувати прийняті рішення; своєчасний захист індивідуальної (контрольної роботи).

Термін захисту індивідуальної роботи вважається своєчасним, якщо здобувач захистив її на наступному після виконання роботи занятті. Пропущене заняття здобувач зобов'язаний відпрацювати у встановлений викладачем термін з реєстрацією у відповідному журналі кафедри, але не пізніше, ніж за два тижні до кінця теоретичних занять у семестрі.

Під час виконання індивідуального завдання здобувачу необхідно проаналізувати інтеграційні зв'язки функціонуючої на ринку України підприємницькій мережі чи торговельній системі, відповідно до напрямку власної дисертаційної роботи. Оцінка виставляється за чотирибальною шкалою відповідно до ступені правильності результатів (ходу розрахунку та логіці аналізу показників).

Підсумкова оцінка з дисципліни виставляється за результатами роботи здобувача впродовж семестру. Семестрова підсумкова оцінка визначається як середньозважена з усіх видів робіт, передбачених робочою програмою. Вагові коефіцієнти змінюються залежно від структури дисципліни і важливості окремих видів робіт.

Оцінка за інституційною шкалою	Узагальнений критерій
Відмінно	Здобувач вищої освіти глибоко і у повному обсязі опанував зміст навчального матеріалу, легко в ньому орієнтується і вміло використовує понятійний апарат; уміє пов'язувати теорію з практикою, вирішувати практичні завдання, впевнено висловлювати і обґрунтовувати свої судження. Відмінна оцінка передбачає грамотний, логічний виклад відповіді (як в усній, так і у письмовій формі), якісне зовнішнє оформлення роботи. Здобувач не вагається при видозміні запитання, вміє робити детальні та узагальнюючі висновки. При відповіді допустив дві-три несуттєві похибки .
Добре	Здобувач вищої освіти виявив повне засвоєння навчального матеріалу, володіє понятійним апаратом, орієнтується у вивченому матеріалі; свідомо використовує теоретичні знання для вирішення практичних задач; виклад відповіді грамотний, але у змісті і формі відповіді можуть мати місце окремі неточності, нечіткі формулювання закономірностей тощо. Відповідь здобувача має будуватися на основі самостійного мислення. Здобувач у відповіді допустив дві-три несуттєві помилки .
Задовільно	Здобувач вищої освіти виявив знання основного програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та практичної діяльності за професією, справляється з виконанням практичних завдань, передбачених програмою. Як правило, відповідь здобувача будується на рівні репродуктивного мислення, здобувач має слабкі знання структури курсу, допускає неточності і суттєві помилки у відповіді, вагається при відповіді на видозмінене запитання. Разом з тим набув навичок, необхідних для виконання нескладних практичних завдань, які відповідають мінімальним критеріям оцінювання і володіє знаннями, що дозволяють йому під керівництвом викладача усунути неточності у відповіді.
Незадовільно	Здобувач вищої освіти виявив розрізнені, безсистемні знання, не вміє виділяти головне і другорядне, допускається помилок у визначенні понять, перекручує їх зміст, хаотично і невпевнено викладає матеріал, не може використовувати знання при вирішенні практичних завдань. Як правило, оцінка "незадовільно" виставляється здобувачу, який не може продовжити навчання без додаткової роботи з вивчення дисципліни.

денної форми навчання у семестрі за ваговими коефіцієнтами (другий семестр)

Аудиторна робота						Контрольні заходи		Самостійна робота	Семестровий контроль (залік)
Усне опитування						Письмовий контроль		ІЗ	За рейтингом
1	2	3	4	5	6	Т. 1-3	Т. 4-6	ЗІЗ	
ВК: 0,3						0,5		0,2	

Умовні позначення: Т – тема дисципліни; ВК – ваговий коефіцієнт, ЗІЗ – захист індивідуального завдання.

Структурування дисципліни за видами робіт і оцінювання результатів навчання здобувачів заочної форми навчання у семестрі за ваговими коефіцієнтами (другий семестр)

Аудиторна робота				Контрольні заходи			Самостійна робота	Семестровий контроль (залік)
Усне опитування				Контрольна робота		Письмовий контроль	ІЗ	За рейтингом
1	2	3	4	Якість виконання	Оцінка за захист	Т 1-6	ЗІЗ	
ВК: 0,2				0,1	0,1	0,4	0,2	

Умовні позначення: Т – тема дисципліни; ВК – ваговий коефіцієнт, ЗІЗ – захист індивідуального завдання.

Методичні вказівки щодо виконання контрольної роботи викладені в Інформаційній системі університету <https://msn.khnu.km.ua/course/view.php?id=6649>.

Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС наведені у таблиці.

Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Інтервал на шкала балів	Вітчизняна оцінка	
A	4,75–5,00	5	Відмінно – глибоке і повне опанування навчального матеріалу і виявлення відповідних умінь та навиків
B	4,25–4,74	4	Добре – повне знання навчального матеріалу з кількома незначними помилками
C	3,75–4,24	4	Добре – в загальному правильна відповідь з двома-трьома суттєвими помилками
D	3,25–3,74	3	Задовільно – неповне опанування програмного матеріалу, але достатнє для практичної діяльності за професією
E	3,00–3,24	3	Задовільно – неповне опанування програмного матеріалу, що задовольняє мінімальні критерії оцінювання
FX	2,00–2,99	2	Незадовільно – безсистемність одержаних знань і неможливість продовжити навчання без додаткових знань з дисципліни
F	0,00–1,99	2	Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота і повторне вивчення дисципліни

Залік виставляється, якщо середньозважений бал, який отримав здобувач з дисципліни, знаходиться у межах від 3,00 до 5,00 балів. При цьому за інституційною шкалою ставиться оцінка «зараховано», а за шкалою ЄКТС – буквене позначення оцінки, що відповідає набраній здобувачем кількості балів відповідно до таблиці Співвідношення.

9. ПИТАННЯ ДО САМОКОНТРОЛЮ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

1. Розкрити основні засади Господарського кодексу України.
2. Розкрити сутність підприємницьких мереж та торговельних систем.
3. Дати характеристику підприємницьких мереж та торговельних систем.
4. Розкрити сутність стратегій росту фірм.
5. Назвати типи маркетингових систем.
6. Розкрити сутність традиційної маркетингової системи.
7. Розкрити сутність вертикальної маркетингової системи.
8. Розкрити сутність горизонтальної маркетингової системи.
9. Визначити основні цілі створення підприємницьких мереж.
10. Визначити природу учасників мережі: споживачі, постачальники, конкуренти.
11. Визначити ступінь взаємної довіри між учасниками мережі.
12. Визначити сутність послідовного процесу розвитку мереж.
13. Визначити сутність опортуністичної поведінки розвитку мережі.
14. Визначити основу довгострокового співробітництва.
15. Назвати ключові фактори ефективної діяльності мережі.
16. Розказати правила створення підприємницьких мереж.
17. Розказати про розвиток контактів при створенні підприємницьких мереж.
18. Визначити систематичність дій у створенні та управлінні мережею.
19. Визначити специфіку розвитку підприємницьких мереж.
20. Розкрити сутність теорії маркетингу взаємовідносин.
21. Назвати рівні управління взаємовідносинами фірм у міжфірмовій мережі.
22. Розкрити особливості розвитку міжфірмових мереж в Україні.
23. Визначити тенденції розвитку міжфірмової взаємодії європейських, американських і російських компаній.
24. Розкрити процеси інтеграції в національній економіці.
25. Розказати про горизонтальні асоціативні утворення.
26. Розкрити перспективи інтеграції малих и великих підприємств.
27. Дати визначення поняття маркетингових потоків.
28. Дати характеристику видів маркетингових потоків.
29. Дати визначення поняття ступінь вертикальної інтеграції.
30. Визначити стратегії розвитку інтеграційних об'єднань

10. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Навчальний процес з дисципліни Підприємницькі мережі: форма організації міжфірмових взаємодій суб'єктів підприємництва повністю забезпечений необхідною навчально-методичною літературою.

Зокрема, викладачами кафедри підготовлені наступні роботи:

1. Завдання для індивідуальної роботи здобувачів денної форми навчання (інформаційна система університету <https://msn.khnu.km.ua/course/view.php?id=6649>).
2. Маркетинг: навч. посіб. / за наук. ред. канд. екон. наук. доц. С.В. Ковальчук. - Львів: Новий Світ - 2000, 2010.
3. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник / С.В. Ковальчук. - Хмельницький: ХНУ, 2010.
4. Методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни «Підприємницькі мережі: форма організації міжфірмових взаємодій суб'єктів підприємництва» для здобувачів вищої освіти освітньо-наукового рівня доктор філософії спеціальностей 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / Забурмеха Є.М. – Хмельницький: ХНУ, 2020. – 70 с.

11. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Концепція кластерів. Кластерна культура [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.icps.com.ua
2. Мікловда В. П. Стратегічний потенціал економічної системи : інноваційні та інституціональні механізми його активізації : [моногр.] / [Мікловда В. П., Шандор Ф. Ф., Кубіній Н. Ю. та ін.]. – Ужгород. 2014. – 420 с. Кластеры – инструмент развития экономики региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ipkadr.ru/news/show_news/25/
3. Мельник, М. І. Метрополійні функції великих міст України: потенціал розвитку та перспективи реалізації : монографія. НАН України. Державна установа «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України»; наук. ред. Львів. – 2016. – 550 с.
4. Методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни «Підприємницькі мережі: форма організації міжфірмових взаємодій суб'єктів підприємництва» для здобувачів вищої освіти освітньо-наукового рівня доктор філософії спеціальностей 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / Забурмеха Є.М. – Хмельницький: ХНУ, 2020. – 70 с.

Додаткова

5. Бутенко Н. Особливості міжфірмових взаємовідносин суб'єктів промислового ринку / Н.Бутенко // Економіка. – 2011. – № 2(109). – С. 10–16.
6. Височин І. Державне регулювання торговельної діяльності в Україні та світі / І. Височин // Вісник КНТЕУ. – 2010 - № 3. - С. 11-23.
7. Геселева Н. В. Емерджентні властивості системи / Н. В. Геселева, Н. М. Заріцька /. Бізнес Інформ. – 2013. – № 7. – С. 93-97.
8. Голошубова Н.О. Розвиток торговельних мереж в Україні / Н.О. Голошубова // Товари і ринки. - 2011. - № 1. – С. 15-24.
9. Забурмеха Є.М. Формування міжфірмових мереж підприємств в Україні / Є.М.Забурмеха, О.Б.Вальков // Вісник ХНУ - №6, Т.1 - 2017 - С.104-109
10. Зверев А. Организация и регулирование розничной торговли в Германии / А. Зверев // Экономист. - 2010. - № 2. - С. 62-70.
11. Исаева Е. Формирование партнерских отношений с конкурентами / Е. Исаева // Проблемы теории и практики управления. - 2009. - № 9. - С. 93-99.
12. Ільяшенко В. Державна підтримка інституціональних перебудов у сфері товарного обігу / В. Ільяшенко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.academy.gov.ua
13. Квілінський, О. С. Кластеризація як спосіб підвищення стійкості суб'єктів малого бізнесу / О. С. Квілінський, Т. О. Степанова / Економічний вісник Донбасу. – 2010 – № 1. – С. 150-158.
14. Кіндзерський Ю.В. Деструктиви промислової політики в Україні та можливості їх подолання / Ю.В. Кіндзерський / Економіка України. - 2012. - № 12. - С. 4-16.
15. Ковальова, Ю.М. (2007) Кластер як нова форма організації та розвитку економіки. Матеріали міжнародної конференції. URL [Электронный ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/17_SSN_2007/Economics/22544.doc.htm.
16. Колодко Гж. Неолиберализм и мировой экономический кризис / Гж. Колодко // Вопросы экономики. - 2010. - № 3. - С. 56-61.
17. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. / Ф. Котлер. - СПб. : Питер, 2002. - 752 с.
18. Кузьмин С. Особенности функционирования различных типов организационных сетей / С. Кузьмин // Вопросы экономики и права. – 2014. – № 10. – С. 41–44.
19. Портер М. Конкуренція / М.Портер. - М.: Видавничий дім «Вільямс» – 2005. - 608 с.
20. Скоч Ал. Международный опыт формирования кластеров [Электронный ресурс] / Ал. Скоч. – Режим доступа : <http://www.intelros.ru>
21. Тарасенко В. В. Социология жизненного цикла кластера / В.В. Тарасенко. – Современные проблемы науки и образования. – 2011. – № 3. – С. 1-5.
22. Третьяк О.А. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена / О.А. Третьяк, М.Н. Румянцева // Российский журнал менеджмента. - 2003. - № 2. - С. 25-50.

23. Третьяк О.А. Эволюция маркетинга: этапы, приоритеты, концептуальная база, доминирующая логика / О.А. Третьяк // Российский журнал менеджмента. - 2006. - № 2. - Т. 4. - С. 129-144.

24. Хаджинова Е. Формирование концепции управления взаимодействием с контрагентами в предпринимательской сети / Е. Хаджинова // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Вип. 13(2). – С. 88–22.

25. Enhancing the Innovative Performance of Firms: Policy Options and Practical Instruments. - United Nations. - ECE/CECI. CR2008. - Geneva, 2008. - 85 p.

12. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Модульне середовище для навчання. Режим доступу : <https://msn.khnu.km.ua>.
2. Електронна бібліотека університету. Режим доступу : http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.
3. Репозитарій ХНУ. Режим доступу : <http://elar.khnu.km.ua/jspui/?locale=uk>.

**ПІДПРИЄМНИЦЬКІ МЕРЕЖІ: ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖФІРМОВИХ
ВЗАЄМОДІЙ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Тип дисципліни	Вибіркова
Рівень вищої освіти	Третій (доктор філософії)
Мова викладання	Українська
Семестр	другий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	4,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна

Результати навчання Здобувач, який успішно завершив вивчення дисципліни, має: *демонструвати* системність наукового світогляду і здатність інтерпретувати сучасні теорії та концепції маркетингу, в тому числі на межі предметних галузей, з метою отримання нових теоретичних і прикладних результатів; *здійснювати* самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері маркетингу чи на межі предметних галузей економіки, управління та адміністрування з метою встановлення траєкторії розвитку реальних ринкових процесів і поведінки ринкових суб'єктів; досконало *володіти* професійною термінологією створення та управління мережевих і кластерних об'єднань для застосування її у сфері маркетингу; *знати* проблеми мережевих і кластерних об'єднань і вміти застосовувати знання для вирішення проблем через входження в підприємницьку мережу, *знати* методи і інструменти оцінки ефективності діяльності мережевих і кластерних об'єднань; *аналізувати і прогнозувати* ефективність діяльності та конкурентну позицію мережевих і кластерних об'єднань; *розробляти* систему гнучкого управління мережевих і кластерних об'єднань; *виявляти* навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, *бути* критичним і самокритичним.

Зміст навчальної дисципліни. Види підприємницьких мереж, їх особливості та організаційно-методичні засади формування і функціонування в Україні. Досвід формування й розвитку мережевих і кластерних об'єднань. Системний підхід до кластеризації національної економіки. Розвиток кластерів як ефективний механізм підвищення конкурентоспроможності. Інноваційні підприємницькі мережі (технологічні парки) у становленні та розвитку економіки. Сутність маркетингу партнерських взаємовідносин, його генеза та роль у формуванні ефективної взаємодії суб'єктів господарювання.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 36 год., практичні заняття – 18 год., самостійна робота – 66 год., разом – 120 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, майстер-класів, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: захист практичних робіт; презентація результатів виконання індивідуальних завдань; усне опитування; письмове опитування.

Вид семестрового контролю: залік.

Навчальні ресурси:

1. Концепція кластерів. Кластерна культура [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.icps.com.ua
2. Мікловда В. П. Стратегічний потенціал економічної системи : інноваційні та інституціональні механізми його активізації : [моногр.] / [Мікловда В. П., Шандор Ф. Ф., Кубіній Н. Ю. та ін.]. – Ужгород. 2014. – 420 с. Кластеры – инструмент развития экономики региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ipkadr.ru/news/show_news/25/
3. Мельник, М. І. Метрополійні функції великих міст України: потенціал розвитку та перспективи реалізації : монографія. НАН України. Державна установа «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України»; наук. ред. Львів. – 2016. – 550 с.
4. Методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни «Підприємницькі мережі: форма організації міжфірмових взаємодій суб'єктів підприємництва» для здобувачів вищої освіти освітньо-наукового рівня доктор філософії спеціальностей 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / Забурмеха Є.М. – Хмельницький: ХНУ, 2020. – 70 с.
5. Методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни «Підприємницькі мережі: форма організації міжфірмових взаємодій суб'єктів підприємництва» для здобувачів вищої освіти освітньо-наукового рівня доктор філософії спеціальностей 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / Забурмеха Є.М. – Хмельницький: ХНУ, 2020. – 70 с.
6. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
7. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Забурмеха Є.М.