

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ»



Ступінь освіти	Бакалавр
Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС
Тривалість викладання	II семестр, 15 чверть
Обсяг навчальних занять	120 год.
у т.ч. аудиторні заняття	4 год/тиждень
лекції	2 години
практичні	2 години
Мова викладання	українська

Кафедра, що викладає: Маркетинг

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»:

<https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=5696>

Консультації: за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти

Онлайн-консультації: Microsoft Teams – команда «Маркетинг публічних закупівель»

Інформація про викладача:



Захарченко Юлія Василівна,

Кандидат педагогічних наук,
доцентка кафедри маркетингу

Персональна сторінка:

<https://mk.nmu.org.ua/ua/kaff/Zakharchenko.php>

E-mail:

Zakharchenko.yu.v@nmu.one

1. Анотація до курсу

Дисципліна «Маркетинг публічних закупівель» належить до переліку вибіркових навчальних дисциплін, що пропонуються в рамках циклу фахової підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» на четвертому році навчання. Вона забезпечує загальний та професійний розвиток здобувача та спрямована на отримання поглиблених знань з маркетингової закупівельної діяльності.

Навчальна дисципліна «Маркетинг публічних закупівель» покликана сформувати у майбутніх фахівців навички професійної роботи. Її вивчення передбачає розв'язання низки завдань, зокрема, опанування системою знань щодо організації проведення відкритих та закритих конкурсів, державних та міжнародних закупівель за допомогою електронної системи публічних закупівель Prozorro.

Цей курс побудовано на засадах студентоцентрованого підходу (Student-Centered Approach), який розглядає здобувача вищої освіти як суб'єкта з власними унікальними інтересами, потребами і досвідом, спроможного бути самостійним і відповідальним учасником освітнього процесу.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – є формування знань про особливості маркетингової закупівельної діяльності та практичних навичок у застосуванні маркетингового інструментарію при здійсненні закупівель задля підвищення ефективності діяльності та оптимізації витрат у процесі товарного руху з урахуванням вимог ринку усіх суб'єктів, охоплених цією діяльністю.

Завдання курсу:

- розглянути сутність закупівель та їх роль в маркетинговій закупівельній діяльності;
- охарактеризувати категорії товарів та закупівельних організацій;
- дослідити маркетинг закупівельних операцій;
- вивчити маркетинг у галузі закупівлі промислових товарів;
- охарактеризувати оптову торгівлю в маркетинговій діяльності закупівель;
- оволодіти навиками з публічних закупівель;
- розглянути типи та процедури закупівлі товарів, послуг, робіт за державні кошти;
- визначити маркетингові рішення в системі логістичних закупівель;
- підготувати та написати тези на конференції та/або наукової статті.

3. Результати навчання:

Реалізація поставлених завдань дозволяє забезпечити наступні дисциплінарні результати навчання:

- знати сутність закупівельної діяльності підприємства (установи чи організації) та зміст маркетингу закупівель;
- володіти знаннями щодо публічних закупівель;
- вміти застосувати інструменти маркетингу в закупівельній діяльності підприємства;
- вміти самостійно визначати види, способи та обсяги закупівель;
- вміти планувати процес закупівель та розробляти заходи щодо організації системи управління публічними закупівлями;
- вміти проводити оцінку та вибір постачальника товарів.

4. Структура курсу

Лекції

Тема 1. Взаємодія маркетингу та закупівель при управлінні запасами.

1.1. Процес та правила управління складськими та вільними запасами. Нормативний та плановий рівень запасів.

1.2. Поняття та суть маркетингової закупівельної діяльності та елементи її системи.

1.3. Управління та основні стратегії закупівельної діяльності.

1.4. Цільова орієнтація маркетингу закупівель. Технології управління закупівлями: «just in time» и «TQM - Total Quality Management».

Тема 2. Характеристика категорій товарів та закупівельних організацій.

2.1. Поняття та функції товару у маркетингу.

2.2. Класифікація та особливості категорій/груп товарів.

2.3. Закупівлі організаціями як покупцями.

2.4. Маркетингова діяльність закупівельних центрів.

Тема 3. Маркетинг закупівельних операцій.

3.1. Сутність та основа закупівельних операцій.

3.2. Закупівля товарів на оптових ярмарках-виставках.

3.3. Особливості закупівель на дрібнооптових магазинах-складах.

3.4. Тендерні закупівлі.

3.5. Закупівля товарів на біржах.

Тема 4. Маркетинг у галузі закупівлі промислових товарів.

4.1. Специфіка маркетингу закупівлі промислових товарів.

4.2. Процес прийняття рішення про закупівлі товарів промислового призначення.

4.3. Вибір постачальника товарів промислового призначення.

Тема 5. Оптова торгівля в маркетинговій діяльності закупівель.

5.1. Оптова торгівля та оптові закупівлі: суть, призначення, організація.

5.2. Класифікація груп оптової торгівлі та торгових об'єктів у сфері оптової торгівлі.

5.3. Форми та види оптової торгівлі, вибір джерела закупівель.

5.4. Маркетингові рішення щодо оптової торгівлі.

Тема 6. Публічні закупівлі: система державного регулювання і контролю.

6.1. Законодавчо-правова та інституційна основа адміністративного інституту публічних закупівель.

6.2. Система державного регулювання та контролю в сфері публічних закупівель.

6.3. Принципи публічних закупівель.

6.4. Правове регулювання укладення договорів у сфері публічних закупівель.

6.5. «Зелені» й соціально відповідальні закупівлі держави.

Тема 7. Типи та процедури закупівлі товарів, послуг, робіт.

7.1. Типи закупівель та організація їх проведення.

7.2. Особливості організації процедури «українських» та «європейських» відкритих торгів.

7.3. Процедура торгів з обмеженою участю.

7.4. Конкурентний діалог.

7.5. Переговорна процедура закупівлі.

Тема 8. Маркетингові рішення в системі закупівель.

8.1. Основні принципи планування потреби. Матриця закупівельних стратегій. Річний план закупівель.

8.2. Визначення ціни на потребу в закупівлі товарів для забезпечення діяльності, виконання робіт.

8.3. Алгоритм надання технічних завдань для закупівлі товарів/послуг.

8.4. Ключові показники ефективності закупівель: КРІ для закупників та оборотність запасів.

8.5. Комплаєнс у закупівлях.

Практичні заняття

Тема 1. Сутність закупівель та їх роль в маркетинговій закупівельній діяльності.

Тема 1. Взаємодія маркетингу та закупівель при управлінні запасами.

Тема 2. Характеристика категорій товарів та закупівельних організацій.

Тема 3. Маркетинг закупівельних операцій.

Тема 4. Маркетинг у галузі закупівлі промислових товарів.

Тема 5. Оптова торгівля в маркетинговій діяльності закупівель.

Тема 6. Публічні закупівлі: система державного регулювання і контролю.

Тема 7. Типи та процедури закупівлі товарів, послуг, робіт.

Тема 8. Маркетингові рішення в системі закупівель.

Інформація для здобувачів заочної форми навчання. На сайті НТУ «ДП» розміщено графік навчального процесу. Протягом року передбачено заняття з викладачем відповідно до розкладу: 6 год. лекційних занять, 4 год. практичних занять, решту практичних завдань здобувач опановує самостійно. Здобувачі заочної форми навчання виконують передбачені навчальним планом індивідуальні завдання (контрольні роботи, практичні завдання, презентації, тестові завдання) та подають їх на кафедри на початку сесії, обов'язково до проведення контрольних заходів з дисципліни. Умови завдань розміщено на сторінці курсу на платформі Moodle. Форма контролю – диференційований залік.

5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Office365

6. Система оцінювання та вимоги

Оцінювання досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти», <https://cutt.ly/RER787v>. Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувача за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних здобувачів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації.

6.2. Засоби та процедури

Здобувачі вищої освіти можуть отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного контролю та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за одну контрольну роботу (максимально оцінюється у 20 балів), оцінок за роботу на практичних заняттях (оцінюється 12 занять по 5 балів, максимальнo здобувач може отримати 65 балів) та оцінок за виконання самостійної роботи (4 презентації, які захищаються на практичних заняттях, де кожна оцінюється максимальнo по 5 балів). Отримані бали за контрольні роботи, практичні заняття та виконання самостійної роботи додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач може набрати 100 балів.

Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)	Визначення середньозваженого результату поточних контролів. У випадку коли здобувач отримав менше 60 балів – складається залік у вигляді комплексної контрольної роботи, яка містить 30 тестів (вірна відповідь 1 бал) та 2 питання теоретичного спрямування, кожне з яких оцінюється по 35 балів за умови повного розкриття тематичного спрямування. Максимальна кількість балів за диференційований залік: 100 балів
Практичні заняття	Дискусії, обговорення, де відпрацьовуються навички критичного мислення та аналізу, комплексного вирішення проблем, з

	використанням індивідуального та креативного підходу. Відбувається вирішення тестових завдань. Максимально оцінюються у 60 балів (12 занять × 5 балів/заняття).
Самостійна робота	Кожен здобувач повинен/на підготувати по 4 презентації, які необхідно захистити на практичних заняттях. Кожна презентація оцінюється по 5 балів. Максимально оцінюється в 20 балів (4 презентації × 5 балів).
Контрольні заходи	Максимально оцінюється у 20 балів (1 контрольна робота)

6.3. Критерії

6.3.1. Критерії оцінювання *практичного заняття*:

Кожне практичне завдання оцінюється за двома складовими: тестові завдання та участь у дискусіях.

Тестові завдання складаються з 8 тестів, де є одна правильна відповідь. За умови вірного вирішення одного тестового завдання здобувач отримує 0,5 балів. Максимальна кількість набраних балів за тестові завдання – 4 бали.

Участь у дискусіях оцінюється в 1 бал.

6.3.2. Критерії оцінювання *самостійної роботи (презентації)*:

Оцінювання самостійної роботи відбувається через захист презентацій на практичних заняттях, причому:

5 балів – студент/ка демонструє повне розуміння теми; може точно відповісти на всі запитання одногрупників щодо даної теми; ділиться думками з іншими учасниками групи; говорить чітко впродовж 95-100% всього часу, використовує закінчення речення і не використовує слова помилково; застосовує відповідну лексику для аудиторії, розширює словниковий запас аудиторії, використовує нові слова для більшості слухачів; уважно слухає одногрупників, детально відповідає на всі питання форми оцінювання і завжди дає оцінки на основі презентації, а не інших факторів;

4 бали – студент/ка демонструє розуміння теми; відповідає на більшість запитань одногрупників щодо даної теми; говорить зрозуміло впродовж 80-90% всього часу, використовує закінчення речення і не використовує слова помилково; застосовує відповідну лексику для аудиторії, розширює словниковий запас аудиторії; слухає одногрупників, відповідає майже всі питання форми оцінювання та інколи дає оцінки на основі презентації, а не інших факторів;

3 бали - студент/ка демонструє розуміння теми; відповідає на деякі запитання одногрупників щодо даної теми; говорить зрозуміло, використовує закінчення речення, але невірно трактує деякі терміни, використовує слова помилково; слухає одногрупників, інколи ставить уточнюючі питання;

2 бали – студент/ка не демонструє розуміння теми; відповідає на деякі запитання одногрупників щодо даної теми; говорить зрозуміло, використовує закінчення речення, але невірно трактує деякі терміни, використовує слова помилково; слухає одногрупників, уточнюючі питання не ставить;

1 бал - студент/ка демонструє розуміння теми, однак, не відповідає на жодні

запитання одногрупників щодо даної теми; говорить не зрозуміло, використовує закінчення речення, але невірно трактує терміни, використовує слова помилково; слухає одногрупників, уточнюючі питання не ставить.

6.3.3. Критерії оцінювання *письмової контрольної роботи*:

Контрольна робота містить: 10 тестових завдань з чотирма варіантами відповідей, правильна відповідь оцінюється у 1 бал та два відкритих питання, де правильна відповідь оцінюється по 5 балів, причому:

5 балів – високий рівень викладення текстової відповіді, що відповідає предмету поставленого питання, зроблено власний висновок щодо проблематики поставленого запитання; відсутність помилок в граматиці та/або орфографії;

4 бали – середній рівень викладення текстової відповіді, що відповідає предмету поставленого питання, зроблено власний висновок щодо проблематики поставленого запитання; відсутність помилок в граматиці та/або орфографії;

3 бали – наявність текстової відповіді, яка відповідає предмету поставленого питання, однак власна думка не висловлена, містить граматичні та орфографічні помилки;

2 бали – наявність текстової відповіді, яка не в повній мірі відповідає предмету поставленого питання, виявлення запозиченого матеріалу з мережі Інтернет та/або з інших джерел, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення;

1 бал – наявність текстової відповіді, яка не відповідає предмету поставленого питання, виявлення списаного матеріалу з мережі Інтернет та/або з інших джерел, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення.

6.4. Процедура проведення контрольних заходів.

Контрольні заходи з дисципліни будуть здійснені згідно з графіком навчального процесу, який можна знайти на сайті університету. Процедуру виконання завдань поточного контролю викладач оголошує на першому занятті або заздалегідь. За результатами поточного контролю студент може отримати найвищу оцінку у 100 балів, з'явитися на заняття, коли проводиться комплексна контрольна робота та отримати оцінку. Якщо оцінка поточного контролю не влаштовує, то студент може виконати комплексну контрольну роботу і також отримати максимально 100 балів.

Присутність на контрольних заходах сторонніх осіб без дозволу ректора, проректора або декана факультету не допускається. Під час комплексної контрольної роботи користуватися допоміжними засобами заборонено. Комплексна контрольна робота проходить за розкладом.

Детально процедуру проведення контрольних заходів можна знайти у Положенні про організацію освітнього процесу, Положенні про оцінювання результатів навчання

https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/education_scientific_documents.php.

7. Політика курсу

7.1. Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується «Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка»», та Кодексу академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» <https://surl.li/nleywg>.

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2. Комунікаційна політика.

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту.

Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на день (щодня) поштової скриньки на Office365 та відвідування групи у Teams.

Протягом самостійної роботи обов'язком здобувача вищої освіти є робота з дистанційним курсом «Маркетинг публічних закупівель».

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту, групу MS Teams, або дистанційну платформу Moodle.

7.3. Політика щодо перескладання

Повторне складання підсумкового контролю з дисципліни, коли студент отримав оцінку «незадовільно» (нижче 60-ти балів), допускається не більше двох разів. Спроби студента виправити оцінку й не допустити академічної заборгованості обмежуються терміном в один місяць після закінчення екзаменаційної сесії. Прийом першої перездачі здійснюється викладачем, який викладав матеріал навчальної дисципліни.

Прийом другої – комісією у складі трьох осіб: викладача, який викладав дисципліну; завідувача кафедри; представника деканату або викладача кафедри. Рішення комісії є остаточним.

У разі підтвердження комісією оцінки «незадовільно» або неявки студента на засідання комісії без поважних причин, комісія сповіщає про це декана факультету (директора інституту) для підготовки наказу ректора про відрахування студента за академічну неуспішність або визначення умов повторного вивчення цієї дисципліни.

Студенти заочної форми навчання повинні ліквідувати академічну заборгованість до початку наступної сесії.

7.4. Відвідування занять

З 24.02.2022 реалізація освітньої діяльності відбувається в умовах правового режиму воєнного стану. Наявна низка небезпек: повітряні тривоги, ризики припинення енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку. Згідно з наказами по університету у 2025-2026 навчальному році освітня діяльність здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання здійснюється з використанням дистанційних технологій через синхронні та асинхронні комунікації.

Відвідування онлайн лекцій та практичних занять реалізується через приєднання до «команди» Microsoft Teams. Під час повітряної тривоги заняття перериваються і продовжуються лише за умов перебування учасників освітнього процесу у захищених приміщеннях. Викладачем (за технічної та безпекової можливості) здійснюється запис заняття для підтримки асинхронного формату навчання.

У випадках відсутності енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку викладачем забезпечується асинхронний формат навчання та комунікація зі здобувачами за допомогою каналів зв'язку, що функціонують.

Про причини неможливості взяти участь в онлайн заняттях, ускладненні доступу до матеріалів на дистанційних платформах НТУ «ДП» тощо здобувач вищої освіти має повідомити викладача в особистих повідомленнях чатів Microsoft Teams, або листом на корпоративну е-пошту НТУ «ДП», або через старосту чи представника адміністрації факультету.

7.5. Політика щодо оскарження оцінювання.

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.6. Бонуси.

Здобувачі вищої освіти, які беруть участь у конференціях, конкурсах тощо отримують додатково 5 балів до підсумкової оцінки.

7.7. Участь в анкетуванні.

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачу вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети, що розміщено на сайті кафедри маркетингу: <https://forms.office.com/e/cf7JRhRTbi> та у Microsoft Forms Office 365, які буде розіслано на ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та врахувати ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни «Маркетинг публічних закупівель».

8. Методи навчання

Лекційні заняття мають інтерактивний, науково-пізнавальний характер. На практичних заняттях застосовуються методи евристичних питань, діалогового спілкування, обговорення та вирішення проблеми, аналіз ситуації.

9. Рекомендовані джерела інформації

1. Безугла Л.С., Демчук Н.І. Маркетинг закупівель: навчальний посібник. Дніпро: Видавець Біла К. О. 2019. 240 с. - URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/1709/1/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%20%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D1%83%D0%BF%D1%96%D0%B2%D0%B5%D0%BB%D1%8C.pdf>
2. Веб-портал Уповноваженого органу – ProZorro. URL: <https://prozorro.gov.ua/>
3. Громадський контроль держзакупівель DOZORRO. – URL: <https://dozorro.org/>
4. Закон України «Про публічні закупівлі» № 922-VIII від 25.12.2015 року (зі змінами). – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text>
5. Захарченко Ю. Інтеграція ринків електроенергії України та країн ЄС: аналіз сильних та слабких сторін. Трансформація економічних систем та інститутів у нових геостратегічних реаліях: Матеріали XXXVII Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених та студентів, Дніпро, 25-26 листопада 2024 р. У 2-х томах. Том 2. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2024. 268 с.; С. 69-72. – URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duan.edu.ua/wp-content/uploads/2024/11/37th-conference-issue-2.pdf>
6. Захарченко Ю.В. Методичні рекомендації для проведення практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Маркетинг публічних закупівель» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти фінансово-економічного факультету за спеціальністю 075 «Маркетинг». Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2025. 36 с.
7. Захарченко Ю. *Особливості інструментів маркетингу зелених публічних закупівель в сучасних умовах*. Наукові горизонти ХХІ століття: мультидисциплінарні дослідження [Електронний ресурс] : матеріали Міжнародної наукової конференції, 16-17 травня 2024 р., м. Ужгород / уклад. О.П. Адамчо ; УжНУ, УкрІНТЕІ. – Ужгород ; Київ, 2024. С. 292–295. [Електронний ресурс]. – URL: <https://surl.li/htcqsc>
8. Захарченко Ю.В. *Енергетичний ритейл в Україні: тренди, виклики та перспективи розвитку* / Ю.В. Захарченко, Н.В. Шинкаренко // Економічний вісник НТУ "Дніпровська політехніка". – 2024. – № 4. – С. 111-119. – URL: <https://doi.org/10.33271/ebdut/88>
9. Комплаєнс у закупівлях: інтерактивний відео-урок. - URL: <https://youcontrol.com.ua/academy/course/komplaiens/komplaiens-v-zakupivliakh/>
10. Куваєва Т.В. *Вплив концепції маркетингу 4.0 на функціонування конкурентного ринку електроенергії України* / Т.В. Куваєва, Ю.В. Захарченко //

Економічний вісник НТУ "Дніпровська політехніка". - 2022. - №2 (78). – С. 159–170. – URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2022/2/EV20222_159-170.pdf

11. Лист Міністерства економічного розвитку і торгівлі України «Щодо інформаційних джерел та аналітичних інструментів у сфері публічних закупівель» від 25.04.2019 року № 3305-04/17934-03. – URL: <https://surl.li/vwadfi>

12. Лихолат С. М. Маркетингова діяльність замовника у процесі організації публічних закупівель / С. М. Лихолат, М. Р. Верескля, А. О. Мельник // Ефективна економіка. – 2021. – № 12. – С. 1-5. – URL: <http://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/4302/1/%d0%92%d0%b5%d1%80%d0%b5%d1%81%d0%ba%d0%bb%d1%8f%20%d1%81%d1%82%d0%b0%d1%82%d1%82%d1%8f.pdf>

13. Майданчики Prozorro. – URL: <https://prozorro.gov.ua/uk/majdanchiki-prozorro>

14. Малолітнева В. «Зелені» й соціально відповідальні закупівлі держави: посилення публічних начал у правовому регулюванні та нові умови міжнародної конкуренції. Господарське право і процес. 2021. № 3. С.99-107. – URL: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2021/3/17.pdf>

15. Наказ Міністерства економіки України від 06 грудня № 27593 “Про затвердження примірної тендерної документації”. – URL: <https://surli.cc/kzmrpz>

16. Офіційний сайт ДП «Гарантований покупець». – URL: <https://www.gpee.com.ua/contacts>

17. Офіційний сайт Міністерства економіки, довкілля та сільського господарства України - уповноваженого органу у сфері публічних закупівель (Prozorro). – URL: <https://surl.li/soeztb>

18. Попко О.В. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності маркетингу закупівель промислового підприємства / О.В. Попко, О.Є. Слінецький, Н.Є. Кузьо // Економіка та суспільство. - 2023. - №57. – С. 159–170. – URL: <https://surl.li/xfbxzn>

19. Порядок функціонування електронної системи закупівель та проведення авторизації електронних майданчиків, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 24.10.2016р. №166. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/166-2016-%D0%BF#Text>

20. Правила ІНКОТЕРМС: таблиця-підказка. – URL: <https://balance.ua/news/post/pravila-inkotermstablica-podskazka>

21. Про Стратегію реформування публічних закупівель («дорожню карту»), затверджену розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24.02.2016 року № 175-р. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/175-2016-%D1%80#Text>

22. Про схвалення Стратегії реформування системи публічних закупівель на 2024-2026 роки та затвердженням операційного плану її реалізації у 2024-2025 роках, затверджену розпорядження Кабінету Міністрів України; Стратегія, План від 02.02.2024 № 76-р. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/76-2024-%D1%80#Text>

23. Штучний інтелект у закупівлях. Від даних до стратегії. 2024. – URL: <https://k-house.in.ua/shtuchnyj-intelekt-u-zakupivlyah-vid-danyh-do-strategiyi/>

24. BI Prozorro: аналітичний інструмент для аналізу цін товарів у Prozorro Market. – URL: <https://bi.prozorro.org/hub/>
25. Chaika D.A. *Studying the impact of greenwashing on green procurement.* / D.A. Chaika, Y.V. Zakharchenko // Majesty of Marketing: Materials of the International conference for the students and junior research staff. – Dnipro, Dnipro University of Technology, 2022. – p. 24–26. – URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://mk.nmu.org.ua/ua/source/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BA%D0%B0%20Majesty%20of%20Marketing%202022.pdf>
26. Delta eSourcing, What is the Procurement Cycle? – URL <https://www.delta-esourcing.com/resources/etendering-blog/what-is-the-procurement-cycle/>
27. Directive (EU) 2022/2464 of the European Parliament and of the Council of 14 December 2022 amending Regulation (EU) No 537/2014, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Directive 2013/34/EU, as regards corporate sustainability reporting. – URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2022/2464>
28. How oil and gas companies can secure supply-chain resilience. (2023). McKinsey Global Institute. mckinsey.com. – URL: <https://surli.cc/nwjeun>
29. How medtech companies can create value via inventory optimization. (2025). McKinsey Global Institute. mckinsey.com. – URL: <https://surl.li/ogzioc>
30. Prozorro Інфобокс: інформаційний ресурс. – URL: <https://infobox.prozorro.org/>
31. Prozorro Market. Ефективні закупівлі. – URL: <https://prozorro.gov.ua/ProzorroMarket>
32. Procurement KPI Dashboard Excel Template. – URL: <https://www.someka.net/products/procurement-kpi-dashboard-excel-template/>
33. Toteva E. Green taxonomy in Ukraine. UNDP Ukraine & UNEP. 2022. – URL: <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-08/UNDP-UA-green-taxonomy-report-ENG.pdf>