

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

в.о. завідувача кафедри маркетингу

Красвоська О.Ю.

18 червня 2024 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГ ВЗАЄМОДІЇ І ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН»

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Рівень вищої освіти.....	Другий (магістерський)
Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Статус	обов'язкова
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	екзамен
Термін викладання	1-й семестр
Мова викладання	українська

Викладач: к.е.н., доцент кафедри маркетингу Куваєва Т.В.

Дніпро
НТУ «ДП»
2024

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. – Д. : НТУ «ДП», 2024. – 15 с.

Розробник – Куваєва Т.В. – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності 075 Маркетинг (протокол № 6 від 18 червня 2024).

ЗМІСТ

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	4
3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ.....	5
4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	5
5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	5
6.1 Шкали.....	7
6.2 Засоби та процедури	7
6.3 Критерії	8
7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	12
8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	12

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» спеціальності 075 «Маркетинг» здійснено розподіл програмних результатів навчання (ПРН) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни Ф5 «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин» віднесено такий результат навчання

ПР2	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
ПР4	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
ПР8	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
ПР14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

Мета дисципліни «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин» – формування компетентностей в сфері дослідження та розробки стратегії взаємодії суб'єктів господарської діяльності на засадах маркетингу партнерських відносин.

Завдання навчальної дисципліни:

ознайомити студентів з теоретичними принципами формування взаємозв'язків між суб'єктами господарської діяльності;

вивчити основні напрями дослідження аспектів партнерської взаємодії, факторів, що впливають на встановлення відносин;

забезпечити формування компетентностей студентів щодо розробки стратегії взаємодії суб'єктів господарської діяльності на засадах маркетингу партнерських відносин;

навчити студентів здійснювати оцінку результативності взаємодії суб'єктів господарської діяльності на засадах маркетингу партнерських відносин.

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Згідно з визначеними загальними та фаховими компетентностями, визначеними в освітньо-професійній програмі бакалавра спеціальності 075 "Маркетинг", в результаті вивчення навчальної дисципліни Ф5 «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин», що є нормативною, студенти мають досягнути таких дисциплінарних результатів навчання:

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	шифр ДРН	зміст
ПР02	ПР01.1-Ф5	знати основні етапи виникнення та розвитку теорії маркетингу партнерських відносин
	ПР01.2-Ф5	знати базові закономірності формування стратегічних цілей суб'єктів господарської діяльності
ПР04	ПР04.1-Ф5	розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків на рівні організації, підрозділу, групи, мережі
ПР08	ПР08.1-Ф5	оволодіти основними прийомами та методами формування взаємодії між партнерами
	ПР08.2-Ф5	вміти виокремлювати ключові потоки взаємодії між партнерами: комунікаційні, фінансові, маркетингові, логістичні
	ПР08.3-Ф5	забезпечувати формування ефективної міжособистісної комунікації в ході ведення переговорів
ПР14	ПР14.1-Ф5	вміти формувати та реалізовувати маркетингові стратегії розвитку компанії, використовуючи інструментарій маркетингу взаємодії і партнерських відносин

3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна викладається в 1-му семестрі відповідно до навчального плану, тому додаткових вимог до базових дисциплін не встановлюється. Міждисциплінарні зв'язки: вивчення курсу ґрунтуються на знаннях, отриманих з вивчених дисциплін за попереднім рівнем освіти.

4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Розподіл за формами навчання, години							
	денна			вечірня		заочна		
	обсяг	ауди- торні заняття	самос- тійна робота	ауди- торні заняття	самос- тійна робота	обсяг	ауди- торні заняття	самос- тійна робота
лекційні	44	22	22	-	-	48	6	42
практичні	69	17	52	-	-	72	4	68
контрольні заходи	7	7	7	-	-		-	-
семінари	-	-	-	-	-		-	-
РАЗОМ	120	46	74	-	-		10	110

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	44

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
ПР01.1-Ф5	1. Маркетинг партнерських відносин: його становлення та напрями розвитку Еволюція форм взаємодії суб'єктів на B2B та B2C ринках. Особливості транзакційного маркетингу. Передумови виникнення маркетингу партнерських відносин. Становлення та розвиток маркетингу партнерських відносин.	8
ПР01.2-Ф5 ПР04.1-Ф5 ПР08.2-Ф5	2. Особливості формування стратегії взаємодії підприємства з партнерами на B2B та B2C ринках Теорія «стейкхолдерів», розуміння спільних та індивідуальних цілей партнерів. Ключові аспекти міжфірмових відносин: маркетингові, логістичні, комунікаційні, фінансові. Маркетингові аспекти взаємовідносин підприємства з кінцевими споживачами. Фактори, що впливають на формування стратегії взаємодії суб'єктів на B2B та B2C ринках: типи партнерств.	10
ПР04.1-Ф5 ПР08.1-Ф5 ПР14.1-Ф5	3. Моделі управління взаємовідносинами з основними стейкхолдерами Оцінка сталості ланцюгів цінності. Концепція CRM, типи методів дослідження цінності клієнтів. Прогнозування розвитку маркетингової стратегії взаємодії підприємств. Управління процесом організації стратегічного партнерства. Формування стратегії підприємства-учасника партнерства.	10
ПР08.1-Ф5 ПР14.1-Ф5	4. Сучасні форми взаємодії підприємств в каналах забезпечення та збуту Ключові проблеми взаємодії промислових підприємств та підприємств високотехнологічної спрямованості. Партнерський маркетинг як інструмент просування у мережі Інтернет. Прикладні маркетингові аспекти управління взаємовідносинами між підприємствами.	8
ПР08.2-Ф5 ПР08.3-Ф5	5. Ключові чинники формування взаємовигідних відносин Особливості переговорних процесів. Сутність задоволеності партнерів. Оцінка задоволеності партнерів: суб'єктивні та об'єктивні методи оцінки. Підходи до оцінки ефективності партнерських відносин. Врахування досягнення економічних, соціальних та екологічних цілей взаємодії відповідно до концепції сталого розвитку.	8
	КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ	4
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	69
ПР01.1-Ф5 ПР01.2-Ф5	1. Ланцюг створення цінності за М.Портером: прикладні аспекти (кейс)	9
ПР04.1-Ф5 ПР08.1-Ф5	2. Визначення основних стейкхолдерів підприємства (кейс)	9
ПР08.2-Ф5	3. Модель оцінки стейкхолдерів	9
ПР08.3-Ф5	4. Прогнозування розвитку форми взаємодії	12

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
ПР14.1-Ф5	5. Модель управління партнерством	10
	6. Формування стратегії участі підприємства у партнерстві	10
	7. Місце партнерського маркетингу у цифровому маркетингу	10
	КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ	3
	РАЗОМ	120

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1 Шкали

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

Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів 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 студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2 Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності студента за вимогами НРК до 7-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Студент на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються студентам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних

результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдання під час лекцій	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів; виконання ККР під час екзамену за бажанням студента
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		
	або індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольного або індивідуального завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час екзамену має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожної складової опису кваліфікаційного рівня НРК.

6.3 Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерію використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для магістерського рівня вищої освіти (подано нижче).

Загальні критерії досягнення результатів навчання для 7-го кваліфікаційного рівня за НРК

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
<i>Знання</i>		
♦ спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності або галузі знань і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень, критичне осмислення проблем у галузі та на межі галузей знань	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: – спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень; – критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	95-100
	Відповідь містить не грубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
<i>Уміння/навички</i>		
♦ спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або	Відповідь характеризує уміння: – виявляти проблеми; – формулювати гіпотези; – розв'язувати проблеми; – оновлювати знання; – інтегрувати знання; – провадити інноваційну діяльність;	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур; ♦ здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі у широких або мультидисциплінарних контекстах; ♦ здатність розв'язувати проблеми у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності	– провадити наукову діяльність	
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з не грубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь/навичок незадовільний	<60
Комунікація		
♦ зрозуміле і недвозначне донесення власних знань, висновків та аргументації до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються	Зрозумілість відповіді (доповіді). <i>Мова:</i> правильна; чиста; ясна; точна; логічна; виразна; лаконічна. <i>Комунікаційна стратегія:</i> – послідовний і несуперечливий розвиток думки; – наявність логічних власних суджень; – доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; – правильна структура відповіді (доповіді); – правильність відповідей на запитання; – доречна техніка відповідей на запитання; – здатність робити висновки та формулювати пропозиції; – використання іноземних мов у професійній діяльності	95-100
	Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
♦ управління робочими або навчальними процесами, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів; ♦ відповідальність за внесок до професійних знань і практики та/або оцінювання результатів діяльності команд та колективів; ♦ здатність продовжувати навчання з високим ступенем автономії	Відмінне володіння компетенціями: – використання принципів та методів організації діяльності команди; – ефективний розподіл повноважень в структурі команди; – підтримка врівноважених стосунків з членами команди (відповідальність за взаємовідносини); – стресовитривалість; – саморегуляція; – трудова активність в екстремальних ситуаціях; – високий рівень особистого ставлення до справи; – володіння всіма видами навчальної діяльності; – належний рівень фундаментальних знань; – належний рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок	95-100
	Упевнене володіння компетенціями відповідальності і автономії з незначними хибами	90-94
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано дві вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано три вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано чотири вимоги)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано п'ять вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано шість вимог)	65-69
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (рівень фрагментарний)	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На лекційних заняттях обов'язково мати з собою гаджети з можливістю підключення до мережі Інтернет. Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Офіс365. Інстанований на ПК та мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Використання Mentimeter (<https://www.mentimeter.com/>).

8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Базові

1. Куваєва Т.В. Стратегія взаємодії промислового підприємства на засадах маркетингу партнерських відносин дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Дніпро, 2018. 238 с. <https://cutt.ly/nEnSUCI>
2. Решетілова Т.Б., Куваєва Т.В. Взаємодія підприємств гірничого машинобудування в каналах забезпечення і збуту. Економічний вісник Національного гірничого університету, 2016. №2 (54). С. 112-120. <https://cutt.ly/mEnSMHW>
3. Reshetilova T.B., Kuvaieva T.V. Forming the management model in industrial partnerships of the machine-building complex of Ukraine. Вісник Національного університету "Львівська політехніка": Логістика, 2016. №848. С. 56-62.
4. Куваєва Т.В. Дослідження особливостей транзакційної форми маркетингової діяльності промислового підприємства в умовах нестійкого попиту. Економічний вісник Державного вищого навчального закладу "Український державний хіміко-технологічний університет", 2017. №2 (6). С. 137-141.
5. Куваєва Т.В. Управління партнерськими відносинами промислового підприємства. Економічний простір: збірник наукових праць, 2017. №122. С. 104-116. <https://cutt.ly/TEnDwf8>
6. Решетілова Т.Б., Куваєва Т.В. Вибір інноваційної маркетингової стратегії промислового підприємства на засадах партнерства. Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки: наук. журн, 2017. Вип. (6) т.1, С. 167-171.
7. Куваєва Т.В. Організаційні форми маркетингової діяльності промислових підприємств в умовах нестабільності зовнішнього середовища. Науковий економічний електронний журнал «Проблеми економіки та політичної економії», НМетАУ, 2017. вип.(1). С. 142-156. politico.nmetau.edu.ua/journals/1/8_a_ua.p
8. Решетілова Т.Б., Куваєва Т.В. Маркетинг партнерських відносин промислового підприємства. Економічний вісник Національного гірничого університету, 2018. №2 (62). С. 167-173. <https://cutt.ly/5EnDsnZ>
9. Kuvaieva T.V. Assessment of competitive advantages of the enterprise functioning in network structures partnership type. Mechanisms interaction

- competitiveness and innovations in modern international economic relations: collective monograph edited by M. Bezpartochnyi, in 4 Vol. ISMA University, Riga: "Landmark" SIA, 2017. Vol.3 P. 30-38.
10. Reshetilova T.B., Kuvaieva T.V. Modeling of business forms of the industrial enterprise in the conditions of high instability of the external environment. Scientific Bulletin of National Mining University, 2018. Issue 1. P. 124-132. <https://cutt.ly/8EnDIYi>
 11. Куваєва Т.В. Критеріальна модель оцінювання результативності партнерських відносин промислового підприємства. Економічний вісник Національного гірничого університету, 2020. №1. С. 177-186. <https://doi.org/10.33271/ev/69.177>
 12. Reshetilova T.B., Kuvaieva T.V. Organization of strategic partnership in the supply channel. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». №1(13). Dnipro: State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology», 2021. P. 145-154. <https://cutt.ly/pEnDWgl>
 13. Kuvaieva T.V., Pilova K.P. Forms of organization of production activity of enterprises in terms of probabilistic nature of demand. Scientific Bulletin of National Mining University, 2021. Issue 4. – P.177-184. <https://cutt.ly/pEnDF9R>
 14. Куваєва Т.В. Методичні вказівки до виконання практичних занять з дисципліни «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин» для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «Магістр» денної форми навчання зі спеціальності «Маркетинг». Дніпро: НТУ «Дніпровська політехніка», 2020. 20 с. <https://cutt.ly/dEnFAnq>
 15. Крикавський Є., Петецький І., Циран Я., Люльчак З. Партнерські відносини на ринку B2B та B2C [монографія]. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2015. 232 с. (Серія «світ маркетингу і логістики»; вип.11).
 16. Krykavskyy Y., Pokhylchenko E. Implementation of marketing concepts into supply chain management. Economics, Entrepreneurship, Management, 2014. V.1, N. 2. P. 25-34. <https://cutt.ly/GEnFEMa>
 17. Крикавський Є.В. Промислові ланцюги поставок: між ефективністю та відповідальністю. Актуальні проблеми економіки, 2016. №5(179). С. 30-42. <https://cutt.ly/4EnFFRM>
 18. Шафалюк О. Маркетинг партнерських відносин: моделювання та оптимізація параметрів взаємодії зі споживачами. Економіка та підприємництво : зб. наук. пр. М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». Київ : КНЕУ, 2018. № 40. С. 137–146. <https://cutt.ly/kEnGeDL>
 19. Перевозова І. В., Даляк Н. А. Маркетинг відносин як елемент побудови ефективної системи взаємодії з клієнтами. Проблеми та перспективи

- забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку. Серія “Економіка”, 2018. 103-110 с. <https://cutt.ly/DEnGcww>
20. Sudarsono K. Promoting Character Through Partnership Marketing and Interactive Advertising. Visual Storytelling in Digital Society, 2021. Vol. 2 No. 1. <https://doi.org/10.37312/imoviccon.v2i1.32>
21. Baloch, Mir Sadaat Partnership, Planning and Decision Making as Pre Conditions for Success of Social Marketing: a Case Study of Nutrition Cell Balochistan. University of Hertfordshire: Degree of Doctor of Philosophy, 2019. 233 P. <https://cutt.ly/BEnHiE9>
22. Kartikasari D. Market segmentation of industry-education partnership classes. Advances in Economics: Business and Management Research, 2017. volume 45. P. 272-276. <https://cutt.ly/QEnHhZJ>
23. McHugh P., Domegan Ch., Duane S. Protocols for stakeholder participation in social marketing systems. Social Marketing Quarterly, 2018. Volume: 24 issue: 3. P. 164-193. <https://doi.org/10.1177/1524500418761626>
24. Lehavi D. Business Partnership Essentials: A Step-by-Step Action Plan for Succeeding in Business With a Partner, Second Edition. De|G Press, 2017. 152 P.

Допоміжні

1. Kuvaieva T., Ponomarova V. Sustainable supply chain management. Sustainability in the industrial sector: Proceedings of the Study Seminar at NTU Dnipro Polytechnic - BTU Cottbus-Senftenberg, 24th Dec. 2020 – 18th Jan. 2021. Ed.: Shvets V., Paliekhova L. Dnipro-Cottbus: Accent, 2021. P. 41-49. <https://cutt.ly/QEnH5dp>
2. Українська асоціація маркетингу, журнал «Маркетинг в Україні», «Маркетинг-газета»: <http://uam.in.ua/>
3. Державна служба статистики. Електронна звітність. http://www.ukrstat.gov.ua/elektr_zvit/menu.htm
4. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського: <http://www.nbuv.gov.ua/>

Навчальне видання

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Маркетинг взаємодії і партнерських відносин»

для магістрів
спеціальності 075 Маркетинг

Розробник: Куваєва Тетяна Володимирівна

В редакції автора

Підготовлено до виходу в світ
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
4960050, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19