

*Дисципліна «Управління міжорганізаційними взаємовідносинами»  
(к.е.н., доц. Федотова І.В.)*

**Анотація дисципліни.**

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

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

Відповідно до мети основними *задачами*, що мають бути вирішені у процесі викладання дисципліни, є надання аспірантам знань с питань:

- основні риси та особливості трансформації світового економічного простору, сучасні підходи до розуміння інтеграційних процесів;
- теоретичних та методологічних основ маркетингу взаємовідносин;
- визначення ключових партнерів підприємства;
- поняття межорганізаційної мережі, критерії виявлення і причини формування, типології мережевих структур;
- вивчення впливу макро- та мікросередовища на взаємини підприємств в мережі;
- форми міжорганізаційної мережевої взаємодії;
- формування лояльності партнерів до підприємства;
- особливості інформаційних обмінів в міжорганізаційних мережах;
- розробка індивідуальних стратегій взаємовідносин з партнерами, управління портфелем взаємин підприємства;
- розробка стратегії управління міжорганізаційними відносинами в ланцюжку створення цінності і оцінки її ефективності.

*Зміст дисципліни:*

Тема 1. Інтеграційні процеси в сучасній економіці.

Тема 2. Теоретичні та методологічні основи маркетингу партнерських відносин.

Тема 3. Розвиток міжорганізаційної мережевої взаємодії.

Тема 4. Форми міжорганізаційної кооперації підприємств.

Тема 5. Визначення рівня міжорганізаційних взаємовідносин.

Тема 6. Формування лояльності партнерів до підприємства.

Тема 7. Роль інформаційно-комунікаційних технологій в розвитку

мережевих структур.

Тема 8. Основні стратегії управління взаєминами партнерів в мережевих структурах.

### **Програмні компетентності.**

Дисципліна робить внесок у формування наступних *універсальних і загальних компетенцій*:

- здатності до критичного аналізу та оцінки сучасних наукових досягнень, генерування нових ідей при вирішенні дослідницьких і практичних завдань, в тому числі в міждисциплінарних областях;
- готовність брати участь в роботі українських і міжнародних дослідницьких колективів за рішенням наукових і науково-освітніх завдань;
- здатності планувати і вирішувати завдання власного професійного та особистісного розвитку;
- здатність адаптувати нові знання у вузькопрофесійну і междисциплінарну діяльність;
- здатність здійснювати комплексні дослідження, в тому числі міждисциплінарні, на основі цілісного системного наукового світогляду;
- володіння прийомами і методами наукової дискусії і комунікативної діяльності в професійному співтоваристві;
- здатність брати участь у колективному науковому дослідженні і проводити самостійні наукові дослідження;
- здатність самоорганізації в ході виконання наукового дослідження;
- вміння професійно представляти результати досліджень у вигляді наукових публікацій, інформаційно-аналітичних матеріалів, презентацій;
- готовність дотримуватися всі принципи академічної етики при проведенні наукових досліджень, з розумінням особистої відповідальності за цілі, засоби, результати наукової роботи;
- здатність модифікувати і адаптувати існуючі науково дослідні та інформаційні технології у своїй професійній діяльності.

Дисципліна робить внесок у формування таких *спеціальних (фахових) компетенцій*:

- здатність демонструвати і застосовувати поглиблені знання в сфері управління міжорганізаційними взаємовідносинами;
- володіння методологією теоретичних і експериментальних досліджень в області маркетингу взаємовідносин;
- володіння культурою наукового дослідження в області маркетингу взаємовідносин, в тому числі з використанням новітніх інформаційно-комунікаційних технологій;
- здатність адаптувати і узагальнювати результати сучасних економічних та управлінських досліджень щодо управління міжорганізаційними мережевими структурами;
- здатність адаптувати результати сучасних управлінських досліджень для цілей вирішення проблем управління, що виникають в діяльності мережевих організацій і державної політики;

– здатність доведення результатів теоретичного дослідження між організаційної кооперації до практичної реалізації і отримання економічного ефекту;

– здатність використовувати результати досліджень, знання закономірностей і тенденцій розвитку для вдосконалення організаційно-економічних механізмів, методів управління, розробки стратегій діяльності підприємств, організацій, комплексів, галузей.

### **Програмні результати навчання.**

В результаті освоєння дисципліни аспіранти повинні

*знати:*

- основні поняття мережевого підходу та маркетингу взаємин;
- концепцію і принципи управління міжорганізаційними відносинами;
- моделі дослідження процесів управління портфелем взаємин

підприємства;

- основні види та типи лояльності, методичні підходи щодо оцінки рівня лояльності партнерів;

- алгоритм процесу стратегічного управління міжорганізаційними відносинами;

- маркетингові підходи і методи оцінки ефективності управління взаємовідносинами в мережі;

*вміти:*

- аналізувати маркетингові аспекти розвитку міжорганізаційних відносин на різних ринках;

- оцінювати цінність кожного партнера для підприємства та виділяти ключових партнерів;

- формувати різні типи міжорганізаційних мережевих структур;

- застосовувати отримані знання для розробки стратегії управління міжорганізаційними відносинами в мережі і оцінки її ефективності;

*володіти:*

- концептуально-теоретичними положеннями і методологією управління міжорганізаційними мережами на різних ринках;

- навичками аналізу методологічних проблем, що виникають при вирішенні дослідницьких і практичних завдань.