



Силабус навчальної дисципліни
«УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ЛАНЦЮГАХ
СТВОРЕННЯ ЦІННОСТЕЙ» / «CONFLICT MANAGEMENT IN
VALUE CHAINS»
Освітньо-наукової програми «Маркетинг»

Освітньо-наукова програма: «Маркетинг»
 Спеціальність: D5 «Маркетинг»
 Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право»

Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента вибору фахового переліку
Курс	1 (перший)
Семестр	2 (другий)
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	5,0 кредитів / 150 годин
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Принципи, методи та стратегічні рішення щодо управління конфліктами в ланцюгах створення цінностей та методологія маркетингу взаємовідносин як основа мінімізації конфліктів у ланцюгах постачання та створення цінностей
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Курс базується на поєднанні теорії та кращих практик трьох наукових сфер : конфліктології, маркетингу і логістики та спрямований на розвиток у науковців-дослідників і майбутніх фахівців навичок методологічних основ управління конфліктами між різними учасниками в ланцюгах створення цінностей для споживачів, що є запорукою формування досконалих та конкурентоспроможних ланцюгів постачання. критичного мислення, системних знань і розуміння концептуально-
Чому можна навчитися (результати навчання)	РН01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних 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. РН02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми з маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів. РН04. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій практиці. РН06. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотримання норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми. РН10. Планувати і виконувати експериментальні та / або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми, застосовувати сучасні методи наукометрії та лідерство під

	час реалізації наукових проєктів. <i>Додатковими результатами, на досягнення яких спрямоване вивчення дисципліни, є формування наступних вмінь і навичок:</i> Розуміти концептуальну сутність і природу конфліктів, що виникають в ланцюгах створення цінності товарів (послуг) та вміти використовувати превентивні заходи запобігання їх виникнення. Вміти розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері управління конфліктами в ланцюгах створення цінностей Вміти генерувати нові ідеї (креативність) в процесі управління конфліктами з метою створення додаткової споживчої цінності товарів і послуг. Вміти приймати обґрунтовані рішення щодо мінімізації конфліктних ситуацій в ланцюгах постачання та ланцюгах створення цінностей.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)	ІК. Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел СК01. Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології у практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках. СК06. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень. СК07. Здатність до виявлення та формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем. СК08. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми дослідницького характеру в сфері маркетингу, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень та публікацію їх результатів у профільних фахових вітчизняних і зарубіжних виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних. СК10. Здатність до системного наукового світогляду, загальнокультурного кругозору, застосування сучасних методологій та методів наукової діяльності за фахом. СК11. Здатність до поглиблення системних економіко- теоретичних знань та формування нових цілісних знань щодо новітніх явищ і процесів соціально-економічного розвитку. СК12. Здатність до пошуку та аналізу нової інформації щодо особливостей розвитку сучасних теорій і концепцій маркетингу, розширення та переоцінка існуючих знань і професійної практики, створення нових знань з використанням прогресивних методів наукового пошуку
Навчальна логістика	Зміст дисципліни. Тема 1. Філософія та еволюція розвитку логістичної моделі управління ланцюгами створення цінностей (Value Chain Management) в умовах цифрової економіки, індустрії 4,0 та суспільства 5,0. Тема 2. Характер і види конфліктів у ланцюгах постачання та створення цінностей : причини та шляхи їх запобігання Тема 3. Процес та методи управління конфліктами в ланцюгах створення цінностей

	Тема 4. Маркетинг взаємовідносин як основа мінімізації конфліктів в управлінні ланцюгами створення цінностей Тема 5. Культурні та етичні аспекти управління конфліктами через призму ціннісних категорій Тема 6. Стратегічні рішення щодо управління конфліктами в ланцюгах формування лояльності клієнтів та створення споживчої цінності товарів і послуг Тема 7. Інноваційні підходи до управління конфліктами з метою формування додаткової цінності бренду компанії Види занять: лекції, семінари Методи навчання: інтерактивні методи навчання (дискусії та дебати, розв'язання практичних ситуацій і задач, кейс-метод), які сприяють розвитку soft-skills, аналітико-дослідницьких і творчих компетенцій здобувачів. Форми навчання: денна / вечірня
Пререквізити	Філософія науки, Глобальний маркетинг, Стратегічне управління ланцюгами створення цінностей, Маркетинг сталого розвитку в умовах цифровізації
Інформаційне забезпечення	Іваненко Л. М., Смерічевська С. В., Смерічевський С. Ф. Поведінка споживачів : навчальний посібник. Суми : Університетська книга, 2024. 304 с. Матвійчук Т.Ф. Конфліктологія: навчально-методичний посібник. Львів: Вид-во «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2018. 76 с. 2.Смерічевська С.В., Євтушенко К.В. Інтеграційна взаємодія маркетингу і логістики у контексті розвитку логістичного сектору в Україні в умовах невизначенності середовища. <i>Інфраструктура ринку</i>. Випуск 76. 2024. С.122-129. DOI: https://doi.org/10.32782/infrastructure76-21 3. Смерічевська С.В., Жаболенко М.В., Маловичко С.В. та інші Маркетинг і логістика: концептуальні основи та стратегічні рішення. Навчальний посібник в схемах і таблицях / За заг. ред. С.В. Смерічевської. Львів : «Магнолія-2006», 2019. 552 с. URL : http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/38702 4. Смерічевська С. В. Формування освітньо-інноваційного потенціалу логістизації національної економіки: стратегічні імперативи [монографія]. Херсон : ТОВ Видавничий дім «Гельветика», 2015. 320 с. 5. Смерічевська С.В. Стратегії управління ризиками в ланцюгах постачання в епоху глобальної турбулентності та еру штучного інтелекту. Scientific and technological revolution of the XXI century 2024. International scientific conference (20.04.2024). N 32 on April 20, 2024, Germany. С.61-64. DOI:10.30890/2709-1783.2024-32-00-005. 6. Смерічевська С.В. Стратегічні тренди розвитку ланцюгів поставок нового покоління в епоху цифровізації економіки. Бізнес, інновації менеджмент : проблеми та перспективи: зб. тез доп. II Міжнарод. наук.-практ. конф., 22 квіт. 2021 р. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2021.С.282-283 URL : http://bit.ly/30jsvIE 7. Смерічевська С.В., Постніков О.О. Стратегічні бізнес-моделі управління замкненими ланцюгами постачання (Closed Loop Supply Chain Management) в умовах циркулярної економіки. Conceptual principles, methods and models of greening logistics activities. Monograph /Gritsenko S., Savchenko L., Матвеев В.В., ect.. Monograph. Primedia eLaunch, Boston, USA, 2023. 218 p. P.149-175. DOI: 10.46299/979-8-88992-697-9.2.4 8.Смерічевська С.В., Мацишина О.В. Референтні моделі стратегічного управління бізнес-процесами в умовах цифровізації ланцюгів постачання. <i>Science and technology: problems, prospects and innovations</i>.

	The 3rd International scientific and practical conference (December 14-16, 2022) CPN Publishing Group, Osaka, Japan. 2022. P.495-500. URL: https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2022/12/SCIENCE-AND-TECHNOLOGY-PROBLEMS-PROSPECTS-AND-INNOVATIONS-14-16.712.22.pdf 9. Гордієнко О.М., Смерічевська С.В. Модель формування додаткової споживчої цінності в ланцюгах постачання за методом КАНО. Управління та адміністрування в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці: Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 22 листопада 2022 року). К.: ДУІТ, ХНУРЕ. 2022. С.53-55. 10. Donald Bowersox and David Closs and M. Bixby Cooper. Supply Chain Logistics Management. 4th Edition. McGraw-Hill Higher Education. 2019. 678 p. URL : https://bit.ly/3ukfOjj 11. Romanenko K., Zborovska O., Krasovska O., <i>Smerichevska S.</i>, Pyvovarov S., Uhodnikova O. (2022) Information Technologies and Marketing Communications in Territories Management. Beskopylny A., Shamtsyan M. (eds) XIV International Scientific Conference “<i>INTERAGROMASH 2021</i>”. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 246. P. 825-833 Cham. URL : https://doi.org/10.1007/978-3-030-81619-3_92 12. Smerichevska S., Miahkykh I., Yeletsykh S., Borysova S., Bryzhnichenko V. Financial and Economic Narratives for Evolution of Innovative Potential of Enterprises. <i>Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu</i>, 2022, № 1 (187), P.145-152. DOI: https://doi.org/10.33271/nvngu/2022-1/145
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторний фонд кафедри логістики ФТМЛ НАУ (2-й навчальний корпус НАУ), корпоративна платформа Suite GoogleClassroom
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Модульна контрольна робота, диф. залік
Кафедра	Логістики
Факультет	Факультет транспорту, менеджменту і логістики (ФТМЛ)
Викладач(і)	 ПІБ: <i>Смерічевська Світлана Василівна</i> Посада: <i>завідувачка кафедри логістики</i> Науковий ступінь: <i>доктор економічних наук</i> Вчене звання : <i>професор</i> Профайл викладача: https://ftml.nau.edu.ua/wp-content/uploads/Smerichevska_sv.pdf e-mail: smerichevska.s@gmail.com Робоче місце: <i>кафедра логістики ФТМЛ НАУ, ауд.2.136б</i>
Оригінальність навчальної дисципліни	Зміст і структура навчальної дисципліни є авторським курсом, розробленим згідно з вимогами «Національного стандарту професійних компетенцій фахівців з логістики, експедирування та управління ланцюгами постачання» Європейської логістичної асоціації (ELA).

Лінк на дисципліну	<i>Корпоративний Google Classroom :</i> https://classroom.google.com/u/1/c/MjU3NDIxMjEzNDc1
Максимальна кількість слухачів	50