



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГ ЗАКУПІВЕЛЬ» - дисципліна вільного вибору
студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни.

Мета навчальної дисципліни полягає у засвоєнні теоретичних знань та практичних навиків процесів закупівель, механізмів та інструментів їх використання в організації діяльності підприємств.

2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:

ЗНАТИ: сутність та особливості маркетингу закупівельної діяльності; принципи організації закупівельного процесу; особливості організації роботи із постачальниками; принципи та методи фінансових розрахунків із постачальниками; особливості здійснення контролю за закупівельною діяльністю; особливості договірної регулювання закупівельної діяльності.

ВМІТИ: організувати процес закупівель; розробляти заходи щодо поліпшення закупівельної діяльності; обґрунтовувати рішення щодо вибору існуючих або потенційних постачальників; налагоджувати та підтримувати партнерські відносини із постачальниками; здійснювати аналіз діяльності із постачальниками; укладати договори на постачання сировини або готової продукції.

3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
5. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
6. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
8. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для набуття теоретичних знань та практичних вмінь щодо ефективного управління закупівельною діяльністю, раціонального вибору постачальників та налагодження відносин із ними на довгостроковій взаємовигідній основі.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Закупівельний маркетинг: сутність, завдання, особливості.
2. Поняття та особливості організації процесу закупівель.
3. Система матеріально-технічного забезпечення діяльності підприємств.
4. Організація роботи із постачальниками.
5. Маркетинг відносин як концепція управління відносинами із постачальниками.
6. Контроль та оцінка ефективності закупівельної діяльності.
7. Договірне регулювання відносин у сфері закупівель.