

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Светлана Игоревна

Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный университет высшего образования»

Дата подписания: 01.02.2021 09:39:03

Уникальный программный ключ:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт менеджмента

Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 29 апреля 2020 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины Б1.В.03 Маркетинг закупок

Основная профессиональная образовательная программа Направление 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ программа "Маркетинг"

Методический отдел УМУ

« 23 » 03 2020 г.

Ашмарина / *Евдокимов*

Научная библиотека СГЭУ

« 23 » 03 2020 г.

Ашмарина / *Евдокимов*

Рассмотрено к утверждению

на заседании кафедры Маркетинга, логистики и рекламы

(протокол № 7 от 28.02.2020г.)

Зав. кафедрой *Л.А. Сосунова* /Л.А. Сосунова/

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Маркетинг закупок входит в вариативную часть блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Статистика, Экономический анализ, Финансово-экономическое обоснование управленческих решений, Корпоративные информационные системы, Маркетинг, Бухгалтерский учет, Основы логистики

Последующие дисциплины по связям компетенций: Моделирование маркетинговой деятельности, Маркетинговые исследования, Информационный маркетинг, Основы бизнеса, Инструменты маркетинга, Этика делового общения

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Маркетинг закупок в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-10 - владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-10	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ПК10з1: основные методы и приемы количественного и качественного анализа информации для принятия управленческих решений	ПК10у1: применять методы и приемы количественного и качественного анализа информации	ПК10в1: навыками обоснования и принятия управленческих решений на основании данных финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности организаций; основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; методами принятия управленческих решений в условиях неопределенности и риска
	ПК10з2: методы, принципы и алгоритмы построения экономических, финансовых и организационно управленческих моделей	ПК10у2: осуществлять выбор математических моделей организационных систем, анализировать их адекватность и последствия применения; владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного	ПК10в2: навыками и методами экономического и организационно-управленческого моделирования; адаптации моделей к конкретным задачам управления

		моделирования систем управления	
--	--	---------------------------------	--

ПК-11 - владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-11	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ПК11з1: возможности и границы применения программного обеспечения анализа и качественного моделирования систем управления	ПК11у1: проводить анализ информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации и ведении баз данных	ПК11в1: методами применения средств программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления, навыками их оценки их эффективности
	ПК11з2: принципы формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	ПК11у2: выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей; работать с нормативно-правовой документацией; ориентироваться в системе источников, регулирующих отношения, складывающиеся в сфере осуществления деятельности организации, формировать информационный банк данных	ПК11в2: навыками построения моделей информационных систем, соответствующих современному состоянию информационных технологий и потребностями участников организационных проектов

ПК-12 - умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-12	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ПК12з1: принципы сбора, классификации, обработки и использования информации, основы исследовательской и аналитической деятельности в этой области	ПК12у1: организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации при реализации проектов; осуществить сбор, анализ и обработку данных, необходимых для	ПК12в1: навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии; методами сбора необходимого объема информации для расширения внешних связей организации

		решения управленческих задач	
	ПК12з2: системы сбора информации для расширения внешних связей и обмена опытом; основные этапы развития предприятий	ПК12у2: анализировать коммуникационные процессы в организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) и разрабатывать предложения по повышению их эффективности	ПК12в2: навыками проведения переговоров с экономическими службами предприятий для сбора необходимой информации для расширения внешних связей, обмена опытом при реализации проектов и принятия управленческих решений, направленных на развитие организации

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 5
Контактная работа, в том числе:	56.4/1.57
Занятия лекционного типа	18/0.5
Занятия семинарского типа	36/1
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.4/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа, в том числе:	69.6/1.93
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	144
Зачетные единицы	4

заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 6
Контактная работа, в том числе:	14.4/0.4
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.4/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа, в том числе:	122.6/3.41
Промежуточная аттестация	7/0.19
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	144
Зачетные единицы	4

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Маркетинг закупок представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Теория маркетинга закупок	8	18			30	ПК10з1, ПК10з2, ПК10у1, ПК10у2, ПК10в1, ПК10в2, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11у2, ПК11в1, ПК11в2, ПК12з1, ПК12з2, ПК12у1, ПК12у2, ПК12в1, ПК12в2
2.	Практика маркетинга закупок	10	18			39,6	ПК10з1, ПК10з2, ПК10у1, ПК10у2, ПК10в1, ПК10в2, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11у2, ПК11в1, ПК11в2, ПК12з1, ПК12з2, ПК12у1, ПК12у2, ПК12в1, ПК12в2
	Контроль	18					
	Итого	18	36	0.4	2	69.6	

заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Теория маркетинга закупок	2	4			60	ПК10з1, ПК10з2, ПК10у1, ПК10у2, ПК10в1, ПК10в2, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11у2, ПК11в1, ПК11в2, ПК12з1, ПК12з2, ПК12у1, ПК12у2, ПК12в1, ПК12в2
2.	Практика маркетинга закупок	2	4			62,6	ПК10з1, ПК10з2, ПК10у1, ПК10у2, ПК10в1, ПК10в2, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11у2, ПК11в1, ПК11в2, ПК12з1, ПК12з2, ПК12у1, ПК12у2, ПК12в1, ПК12в2

Контроль	7					
Итого	4	8	0.4	2	122.6	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Теория маркетинга закупок	лекция	Содержание и концепции маркетинга закупок
		лекция	Управления закупками в маркетинге
		лекция	Методы планирования потребностей / ресурсов
		лекция	Концепция управления поставщиками
2.	Практика маркетинга закупок	лекция	Организация службы закупок
		лекция	Разработка стратегии управления снабжением.
		лекция	Оценка эффективности закупочной деятельности

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Теория маркетинга закупок	практическое занятие	Содержание и концепции маркетинга закупок
		практическое занятие	Управления закупками в маркетинге
		практическое занятие	Методы планирования потребностей / ресурсов
		практическое занятие	Концепция управления поставщиками
2.	Практика маркетинга закупок	практическое занятие	Организация службы закупок
		практическое занятие	Разработка стратегии управления снабжением.
		практическое занятие	Оценка эффективности закупочной деятельности

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Теория маркетинга закупок	- подготовка доклада - тестирование
2.	Практика маркетинга закупок	- подготовка доклада - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433737>

Дополнительная литература

1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 495 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02621-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431801>
2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426253>

Литература для самостоятельного изучения

1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 495 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02621-4.

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

Для проведения занятий лекционного типа используются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия в виде презентационных материалов, обеспечивающих тематические иллюстрации.

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Маркетинг закупок:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком «+»
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	-
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	+
Промежуточный контроль	Экзамен	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной

программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГБОУ ВО СГЭУ №10 от 29.04.2020г.

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-10 - владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ПК10з1: основные методы и приемы количественного и качественного анализа информации для принятия управленческих решений	ПК10у1: применять методы и приемы количественного и качественного анализа информации	ПК10в1: навыками обоснования и принятия управленческих решений на основании данных финансовой, бухгалтерской и иной информации, содержащейся в отчетности организаций; основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; методами принятия управленческих решений в условиях неопределенности и риска
Повышенный	ПК10з2: методы, принципы и алгоритмы построения экономических, финансовых и организационно управленческих моделей	ПК10у2: осуществлять выбор математических моделей организационных систем, анализировать их адекватность и последствия применения; владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления	ПК10в2: навыками и методами экономического и организационно-управленческого моделирования; адаптации моделей к конкретным задачам управления

ПК-11 - владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ПК11з1: возможности и границы применения программного обеспечения анализа и	ПК11у1: проводить анализ информации о функционировании системы внутреннего	ПК11в1: методами применения средств программного обеспечения анализа и количественного

	качественного моделирования систем управления	документооборота организации и ведении баз данных	моделирования систем управления, навыками их оценки их эффективности
Повышенный	ПК11з2: принципы формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	ПК11у2: выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей; работать с нормативно-правовой документацией; ориентироваться в системе источников, регулирующих отношения, складывающиеся в сфере осуществления деятельности организации, формировать информационный банк данных	ПК11в2: навыками построения моделей информационных систем, соответствующих современному состоянию информационных технологий и потребностями участников организационных проектов

ПК-12 - умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ПК12з1: принципы сбора, классификации, обработки и использования информации, основы исследовательской и аналитической деятельности в этой области	ПК12у1: организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации при реализации проектов; осуществить сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения управленческих задач	ПК12в1: навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии; методами сбора необходимого объема информации для расширения внешних связей организации
Повышенный	ПК12з2: системы сбора информации для расширения внешних связей и обмена опытом; основные этапы развития предприятий	ПК12у2: анализировать коммуникационные процессы в организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) и разрабатывать предложения по повышению их эффективности	ПК12в2: навыками проведения переговоров с экономическими службами предприятий для сбора необходимой информации для расширения внешних связей, обмена опытом при реализации проектов и принятия управленческих решений, направленных на развитие организации

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Теория маркетинга закупок	ПК10з1, ПК10з2, ПК10у1, ПК10у2, ПК10в1, ПК10в2, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11у2, ПК11в1, ПК11в2, ПК12з1, ПК12з2, ПК12у1, ПК12у2, ПК12в1, ПК12в2	Оценка докладов Тестирование Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	Экзамен
2.	Практика маркетинга закупок	ПК10з1, ПК10з2, ПК10у1, ПК10у2, ПК10в1, ПК10в2, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11у2, ПК11в1, ПК11в2, ПК12з1, ПК12з2, ПК12у1, ПК12у2, ПК12в1, ПК12в2	Оценка докладов Тестирование Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	Экзамен

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Теория маркетинга закупок	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегическая деятельность в системе закупок. 2. Этапы стратегического планирования в закупочной деятельности. 3. Оперативное планирование в закупочной деятельности. 4. Виды стратегий в маркетинге закупок 5. Должностные обязанности сотрудников службы снабжения. 6. Тенденции управления закупками и снабжением. 7. Управление качеством закупочных материалов. 8. Формы стратегического взаимодействия с поставщиками товаров и услуг. 9. Системы закупок без складирования.
Практика маркетинга закупок	<ol style="list-style-type: none"> 1. Интеграция службы снабжения с производством и сбытом. 2. Стратегия снабжения в рамках стратегии компании. 3. Понятие «дистрибуции наоборот». 4. Принципы и организация государственных закупок. 5. Закупки по проектам международных финансовых организаций. 6. Мировой опыт организации государственных закупок. 7. Методы определения потребностей: детерминированный; стохастический; эвристический. 8. Запасы и их роль при определении потребностей. 9. Расчет брутто потребностей. 10. Методы планирования потребности в продукции: нормативный подход, планирование на основе прогнозов спроса и расхода продукции, система MRP, система JIT. 11. Определение оптимального размера заказа.

	12. Учет скидков при расчете оптимальной партии заказа. 13. Эволюция отношений с поставщиками. 14. Системная и сетевая интеграция с поставщиками. 15. Партнерства и стратегические союзы. 16. Обратный маркетинг (развитие поставщика). 17. Закупочная деятельность и организационные структуры. 18. Закупка в горизонтальных организациях. 19. Централизация и децентрализация процесса закупок, преимущества и недостатки. 20. Матричное руководство отделом закупок. 21. Необходимость контроля и мониторинга показателей снабженческой деятельности. 22. Методы оценки закупочной деятельности. 23. Модули корпоративных информационных систем, поддерживающие снабженческую деятельность
--	--

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций размещены в ЭИОС СГЭУ, <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

Особая функциональная область маркетинга, обеспечивающая достижение общих целей фирмы, путем формирования материально-технической базы для создания товара, удовлетворяющего потребности рынка – это

- маркетинг-микс
- маркетинг закупок
- организационный маркетинг
- управленческий маркетинг

Анализ поставщиков и оценка их возможностей относится к следующему аспекту закупочной деятельности:

- коммерческому
- логистическому
- маркетинговому

К какому виду деятельности в цепи создания стоимости М.Портер относит снабжение ?

- вспомогательному
- основному
- первичному
- не формирующему стоимость

Выберите определение, наиболее точно отражающее понятие «закупочная деятельность»:

- одна из функциональных подсистем логистики организации
- управление материальными потоками и услугами в процессе обеспечения организации материальными ресурсами и услугами
- прикладная наука об управлении материальными потоками в процессе материально-технического обеспечения производства
- комплекс взаимосвязанных операций по управлению материальными потоками в процессе доведения готовой продукции до потребителя

Решение этого вопроса находится полностью в компетенции работников отдела снабжения:

- определение предмета (структуры) закупок
- выбор поставщика

- определение объема закупок
- условия закупок

При решении вопроса «производить или закупать?» решающими факторами являются:

- объем закупок
- виды закупок
- затраты на закупку и производство
- все ответы верны.

В форму заявки на закупку не должна быть включена следующая информация:

- дата
- отдел, подавший заявку
- полное описание требуемого сырья и его количества
- цена

Данный метод заключается в том, что весь исследуемый процесс снабжения делят на несколько возможных вариантов и тщательно рассчитывают все расходы и доходы для каждого из них.

- метод рейтинговых оценок
- метод оценки затрат
- метод доминирующих характеристик
- метод категорий предпочтения

Ситуация закупки, при которой предприятие-покупатель изменяет спецификации заказываемой продукции, в цену, условия поставки или меняет поставщика товара

- измененная повторная закупка
- новая закупка
- комплексная закупка
- государственная закупка

К этапам процесса закупок не относят

- осознание потребности
- выявление агентов влияния
- запрос предложений
- оценка эффективности работы поставщика

Кто не относится к участникам процесса закупок товаров производственного назначения?

- агенты влияния
- привратники
- покупатели
- все вышеперечисленные относятся

При каких условиях стоит выбрать измененную повторную закупку?

- потребность в ресурсах постоянна, но объемы непостоянны
- закупки эпизодические, нерегулярные
- потребность в ресурсах постоянна или регулярна
- когда решается вопрос «make-or-buy»

Кто не является участником в процессе закупок товаров производственного назначения?

- пользователи
- покупатели
- агенты влияния
- посредники

Такую закупку покупатель повторяет без каких-либо изменений, привычная рутинная операция:

- Новая (первичная) закупка
- Стандартная повторная (идентичная) закупка

-Комплексная закупка

Это работники предприятия, непосредственно использующие закупаемые товары или услуги.

- Агенты влияния
- Покупатели
- Пользователи

Какой метод является детерминированным?

- Метод экспоненциального сглаживания
- Метод динамических коэффициентов
- Метод исследования рынка

К организационным факторам, влияющим на поведение покупателя товаров производственного назначения относят

- отношение к риску, стоимость полученного займа, ценности организации
- уровень первичного спроса, развитие конкуренции, экономическая перспектива
- цели и политика предприятия, методы работы, организационная структура
- условия поставки, темпы научно-технического развития, политическая обстановка

Промышленный рынок это

- рынок, который отличается эластичным спросом и высокой географической концентрацией
- рынок который отличается неэластичным спросом
- рынок B2C
- рынок который предназначен только для перепродажи товаров и услуг

К достоинствам стохастических методов определения потребности относят

- возможность установить ожидаемую потребность на основе числовых данных, характеризующих ее изменение на протяжении определенного промежутка времени
- точность полученных данных, определение вторичной и третичной потребности при известной первичной
- опираются на опытно-статистическую оценку экспертов
- является расчётными методами; носят прогнозный характер, опирающийся на прошлый опыт

К основным факторам изменения закупочной деятельности относят

- автоматизация, высокая степень государственного участия
- глобализация, развитие информационных технологий, меняющаяся философия производства
- роботизация, стандартизация, меняющаяся философия производства
- самостоятельность и независимость экономик, интеграция, автоматизация

Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)

Раздел дисциплины	Задачи

Тематика контрольных работ

Раздел дисциплины	Темы
Теория маркетинга закупок	<ol style="list-style-type: none">1. Информационные технологии и автоматизация снабженческой деятельности.2. Основные стратегические цели снабжения.3. Классификация поставщиков.4. Три аспекта снабженческой деятельности: маркетинговый, коммерческий, логистический.5. Концепции закупочной деятельности6. Факторы изменения закупочной деятельности

	<ul style="list-style-type: none"> 7. Место снабжения в цепи создания ценностей М. Портера 8. Этапы осуществления закупок. 9. Источники информации о поставщиках. 10. Риски в закупочной деятельности. 11. Государственные закупки. 12. Организационная структура управления снабжением. 13. Классификация методов закупок.
Практика маркетинга закупок	<ul style="list-style-type: none"> 14. Показатели оценки эффективности деятельности поставщика. 15. Договор поставки (контракт на закупку). 16. Критерии оценки поставщика. 17. Типы заказов на закупку. 18. Методы выбора поставщика. 19. Основные задачи управления поставщиками. 20. Разработка стратегии управления снабжением. 21. Методы определения потребности в материальных ресурсах. 22. Основные направления исследования рынка закупок

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме экзамена

Раздел дисциплины	Вопросы
Теория маркетинга закупок	<ul style="list-style-type: none"> 1. Определение, цели и задачи маркетинга закупок 2. Место маркетинга закупок в общей структуре маркетинга компании 3. Цели организации и управления закупками 4. Типовые задачи в управлении закупками 5. Три аспекта снабженческой деятельности: маркетинговый, коммерческий, логистический. 6. Концепции закупочной деятельности 7. Факторы изменения закупочной деятельности 8. Место снабжения в цепи создания ценностей М. Портера 9. Классификация закупок 10. Классификация товаров производственного назначения 11. Процесс покупки предприятием-покупателем 12. Участники процесса покупки товаров производственного назначения 13. Модель поведения покупателя товаров производственного назначения 14. Основные факторы, влияющие на поведение покупателя товаров производственного назначения
Практика маркетинга закупок	<ul style="list-style-type: none"> 15. Этапы процесса закупок 16. Оценка эффективности закупочных операций 17. Определение потребности предприятия в материальных ресурсах 18. Методы расчета потребности в материалах 19. Особенности и примеры детерминированных методов расчета потребности в материалах 20. Особенности и примеры статистических методов расчета потребности в материалах 21. Особенности и примеры экспертных методов расчета потребности в материалах 22. Модель оптимального размера заказа 23. Задачи управления поставщиками:

	<p>24. Концепция SRM и ее инструменты</p> <p>25. Способы «воспитания» поставщиков</p> <p>26. Типы отношений с поставщиками: «оппортунистические», партнерские, их преимущества и недостатки.</p> <p>27. Обоснованный выбор типа отношений с поставщиком</p> <p>28. Структурированный анализ закупаемой номенклатуры (критерии и метод проведения)</p> <p>29. Задача выбора поставщика: суть, цели и методы решения</p> <p>30. Аналитический подход решения задачи выбора поставщика</p> <p>31. Экспертный подход решения задачи выбора поставщика</p> <p>32. Критерии оценки поставщиков</p>
--	--

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 4-х балльной системы
«отлично»	ПК10з1, ПК10з2, ПК10у1, ПК10у2, ПК10в1, ПК10в2, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11у2, ПК11в1, ПК11в2, ПК12з1, ПК12з2, ПК12у1, ПК12у2, ПК12в1, ПК12в2
«хорошо»	ПК10з1, ПК10з2, ПК10у1, ПК10в1, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11в1, ПК12з1, ПК12з2, ПК12у1, ПК12в1
«удовлетворительно»	ПК10з1, ПК10у1, ПК10в1, ПК11з1, ПК11у1, ПК11в1, ПК12з1, ПК12у1, ПК12в1
«неудовлетворительно»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне