

МАРКЕТИНГ ЗАКУПІВЕЛЬ

Кафедра маркетингу
Факультет економіки і підприємництва

Викладач: к.е.н., доцент Рибчак В.І.

Анотація:

Мета курсу (інтегральна компетентність) – формування у здобувачів вищої освіти сучасної системи теоретичних знань про головні завдання, напрямки та функції маркетингу закупівель у ринкових умовах.

Цілі курсу (програмні компетентності):

- розуміння концептуальних засад маркетингу закупівель;
- здатність використовувати стратегії і тактики закупівельної діяльності;
- - здатність коректно застосовувати методичний інструментарій розробки та реалізації завдань маркетингу закупівель;
- здатність розробляти пропозиції щодо формування та удосконалення закупівельної діяльності та механізмів їх функціонування;
- набуття навичок з закупівлі конкурентоспроможних товарів у відповідності до вимог та запитів потенційних споживачів і до договірних зобов'язань.

Програмні результати навчання:

- демонструвати знання і розуміння концептуальних засад маркетингу закупівель;
- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу закупівель;
- обґрунтовувати вибір стратегії і тактики закупівельної діяльності підприємств;
- розробляти та обґрунтовувати пропозиції щодо формування та удосконалення закупівельної діяльності підприємств та механізмів їх функціонування.

Короткий зміст курсу:

Сутність та концепція маркетингу закупівель. Класифікація закупівель. Способи закупівель. Аналіз джерел закупівель. Дослідження ринку закупівель. Розміщення замовлень. Контроль за надходженням товарів. Співвідношення маркетингової та логістичної системи. Логістичні потреби маркетингу. Відмінності маркетингу і логістики. Процес закупівлі організаціями-покупцями. Закупівельний центр. Планування закупівель для потреб організації. Онлайн-закупівлі.