

**Аннотация  
рабочей программы учебной дисциплины  
«МАРКЕТИНГ ЗАКУПОК»**

**1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**1.1. Цель изучения дисциплины** – обучить студентов, будущих специалистов в области менеджмента творчески применять принципы и методы маркетинга и тем самым способствовать решению важнейших социально-экономических задач, закупочной деятельности предприятия, насыщению рынка товарами и услугами, удовлетворению потребностей в них, а более конкретно-успешной и прибыльной работе своего предприятия.

**1.2. Задачи учебной дисциплины:**

– формирование знаний об основных теоретических и методологических основах современного маркетинга. Ознакомление с современными интегрированными маркетинговыми концепциями и системами; основами функционального маркетинга и менеджмента в организациях бизнеса; место маркетинга закупок в общей системе предпринимательства; экономические и организационные предпосылки развития закупочных центров предприятий, формирование соответствующей системы планирования.

– анализировать коммуникационные процессы в организации, применять инструменты стратегического маркетингового анализа на практике, ставить и решать задачи операционного маркетинга, выявлять взаимосвязи между функциональными стратегиями компании.

– научить использовать методы реализации основных маркетинговых функций (принятие решений, исследование, управление организации и контроль).

- обладание навыками оформления хозяйственных связей в сфере обеспечения операционных функций предприятий.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО**

**2.1. Цикл (раздел) ООП:**

Дисциплина «Маркетинг закупок» (Б1.В.ДВ.5.2) является относится к вариативной части профессионального цикла ООП и является обязательной дисциплиной

**2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами ООП**

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Маркетинг закупок», необходимы обучающимся для освоения компетенций, формируемых такими учебными дисциплинами как «Маркетинговое ценообразование», «Маркетинговые коммуникации», «Стратегический менеджмент» и др.

**3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

Код сущ-ей компетенции по ГОС ВПО	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ОПК-6	Владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	<b>Знать:</b> методы принятия управленческих решений в современных организациях <b>Уметь:</b> определять очередность работ, рассчитывать срок их выполнения, составлять планы мероприятий реализации решений. <b>Владеть (навыки и/или опыт деятельности):</b> методами подбора исполнителей соответственно их квалификации и деловым качествам, организовывать их деятельность по выполнению решений

ДПК - 15	Способность проводить самостоятельно исследования в соответствии с разработанной программой	<p><i>Знать:</i> составляющих маркетинговой среды и методов ее анализа; характеристик этапов маркетинговых исследований, способов организации деятельности маркетинговых служб</p> <p><i>Уметь:</i> применять методы проведения маркетинговых и научных исследований в профессиональной деятельности</p> <p><i>Владеть:</i> методами анализа и интерпретации результатов научных и маркетинговых исследований в профессиональной деятельности</p>
----------	---	---

#### **4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Раздел 1. Сущность маркетинга закупок.

Раздел 2. Рынки и закупки.

Раздел 3. Планирование закупочной деятельности.

#### **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Традиционные технологии (лекция, практическое занятие, зачет), технологии интерактивного обучения (дискуссии, игровые технологии), проблемное обучение.

**Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:**

*Малиненко В.Е., канд.экон.наук., доцент кафедры маркетинга и логистики.*