



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Strategie zakupowe

Przedmiot

Kierunek studiów

Logistyka

Studia w zakresie (specjalność)

Logistyka łańcuchów dostaw

Poziom studiów

drugiego stopnia

Forma studiów

niestacjonarne

Rok/semestr

1 / 1

Profil studiów

ogólnoakademicki

Język oferowanego przedmiotu

polski

Wymagalność

obieralny

Liczba godzin

Wykład

14

Laboratoria

Inne (np. online)

Ćwiczenia

Projekty/seminaria

14

Liczba punktów ECTS

5

Wykładowcy

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr inż. Krzysztof Kubiak

e-mail: krzysztof.kubiak@put.poznan.pl

Wydział Inżynierii Zarządzania

ul. J. Rychlewskiego 2, 60-965 Poznań

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

Wymagania wstępne

Student rozpoczynający ten przedmiot powinien posiadać podstawową wiedzę z podstaw logistyki oraz zarządzania strategicznego. Powinien również posiadać umiejętność pozyskiwania informacji ze wskazanych źródeł oraz mieć gotowość do podjęcia współpracy w ramach zespołu.

Cel przedmiotu

Przekazanie studentom podstawowej wiedzy z zakresu projektowania strategii zakupowych oraz nowych metod analizy strategicznej w obszarze zakupów.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza

1. Zna przedmiot i rolę zakupów, w procesie logistycznym oraz nowoczesne narzędzia mapowania - [P7S_WG_01], [P7S_WG_02], [P7S_WG_03]



2. Zna metody zarządzania strategicznego i możliwości wykorzystania ich w działalności logistycznej przedsiębiorstw szczególności w zakresie analizy łańcucha dostaw - [P7S_WG_05]
3. Zna podstawowe koncepcje oraz metody i narzędzia zarządzania przepływem materiałów - [P7S_WK_01]
4. Zna elementy zapytania ofertowego, zna etapy negocjacji zakupowych - [P7S_WK_01]
5. Zna klasyfikacje strategii zakupowych, zna narzędzia analizy stosowane przy budowie strategii zakupowych - [P7S_WK_01]

Umiejętności

1. Potrafi rozwiązywać proste problemy w obszarze zakupów na różnych rynkach i przeprowadzić analizę literaturową - [P7S_UW_01], [P7S_UW_02], [P7S_UW_04]
2. Potrafi samodzielnie sporządzać zapytanie ofertowe, potrafi przeprowadzić negocjacje zakupowe - [P7S_UK_01]
3. Potrafi dokonać analizy strategii zakupowych w wybranym przedsiębiorstwie, potrafi korzystać z narzędzi stosowanych przy budowie strategii zakupowych - [P7S_UK_01]
4. Potrafi wprowadzić strategię zakupową w wybranym przedsiębiorstwie uwzględniając ulepszenia z wcześniejszych analiz - [P7S_UO_01]

Kompetencje społeczne

1. Chętnie i aktywnie komunikuje w różnych formach na tematy związane procesem zakupów - [P7S_KR_01]
2. Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę i umiejętności o wymiar interdyscyplinarny - [P7S_KR_01]

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Ocena formująca:

a)w zakresie wykładów:

Zadawanie pytań odwołujących się do treści poprzednich wykładów na kolejnym wykładzie.

b)w zakresie projektu:

Bieżąca ocena aktywności na zajęciach (pytania prowadzącego zajęcia), ocena wykonania części projektu.

Ocena podsumowująca:

Wykład: Analiza przypadku. Próg zaliczeniowy to 55% punktów.

Projekt: Wykonanie projektu. Próg zaliczeniowy to 55% punktów.



Treści programowe

Wykład: Przedmiot zakupów. Zasady poszukiwania partnera handlowego i oceny jego wiarygodności. Negocjacje zakupowe. Strategie zakupowe (single sourcing, sole sourcing, multiple sourcing, strategie transakcyjne i partnerskie). Procedury zakupowe. Narzędzia analizy stosowane przy budowie strategii zakupowych (Metodyka myślenia sieciowego, Macierz Kraljica, Model Buy-Grid, Macierz pozycjonowania strategicznego). E-narzędzia zakupowe.

Projekt: Studenci projektują strategię zakupową określoną przez prowadzącego.

Metody dydaktyczne

1. Wykład: prezentacja multimedialna, ilustrowana przykładami podawanymi na tablicy.
2. Projekt: analiza przypadku.

Literatura

Podstawowa

1. Osicka B., Rola zakupów w działalności przedsiębiorstw, PWN, Warszawa 2020.
2. Grzybowska K., Strategie zakupowe, Politechnika Poznańska, Poznań, 2011.
3. Gąsiorowska E., Decyzje zakupowe na rynku małych przedsiębiorców, Difin, Warszawa, 2007.
4. Kubiak K., The application of value network analysis at an ICT company - case study, [w:] Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej, Politechnika Poznańska, Poznań 2016
5. Różycki M., Strategie zakupowe. Jak prowadzić udane negocjacje w łańcuchu dostaw, Helion, Gliwice, 2016
6. Hadaś Ł., Klimarczyk G., Ragin-Skorecka K., Zarządzanie zakupami. Poradnik, Open Nexus, 2014.

Uzupełniająca

1. Bendowski J., Radziejowska G., Logistyka zaopatrzenia w przedsiębiorstwie, 2005.
2. Lysons K., Zakupy zaopatrzeniowe, PWE, Warszawa 2004.

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	125	5,0
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	40	1,5
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć, przygotowanie do kolokwium, wykonanie projektu) ¹	85	3,5

¹ niepotrzebne skreślić lub dopisać inne czynności