**МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ЗАКУПОК**

**ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

**Занятие №1** **Сущность и основное содержание закупочной деятельности предприятия. Маркетинговое управление закупочной деятельностью предприятия**

1. Сущность и значение закупочной деятельности предприятия. Закупочная деятельность в системе отношений обмена.
2. Основные функции управления закупками на предприятиях.
3. Особенности управления закупками в производственных, торговых и других организациях. Различия между коммерческими и потребительскими закупками.
4. Классификация закупаемых промышленных товаров и услуг.
5. Использование принципов, инструментов и функций маркетинга в управлении закупочной деятельностью предприятия.
6. Товарная политика в комплексе закупочного маркетинга.
7. Сущность ценовой политики в закупочной деятельности предприятия и особенности ее осуществления.
8. Анализ каналов приобретения материальных ресурсов (каналов закупки).
9. Коммуникационная политика покупателя, ее особенности.
10. Разбор маркетинговых ситуаций и решение задач.

**Занятие №2 Маркетинг промышленных (деловых) закупок. Организационная структура управления закупками на промышленном предприятии**

1. Основные задачи процесса закупки и типы промышленных (деловых) закупок.
2. Разработка закупочной стратегии предприятия. Типы закупочных процессов.
3. Основные стадии процесса закупки.
4. Характеристика и мотивация промышленного покупателя.
5. Общая характеристика служб закупок предприятий: их цели и задачи, функции.
6. Внешние и внутренние факторы, определяющие формы организации материально-технического обеспечения, состав и структуру служб снабжения.
7. Внутренняя специализация службы материально-технического снабжения предприятия по товарному (материальному), функциональному и смешанному признакам, по рынкам закупок и группам поставщиков.
8. Анализ и проектирование организационной структуры службы закупок предприятия.
9. Разбор маркетинговых ситуаций и решение задач.

**Занятие №3 Модели покупательского поведения предприятий на промышленном рынке. Правовые основы закупок: договор поставки товаров, обязанности поставщика и покупателя**

1. Факторы, влияющие на покупательское поведение на промышленном рынке. Типы отношений «покупатель-продавец».
2. Модель Уэбстера и Уинда (модель «закупочного центра»).
3. Организация кооперационных отношений между предприятиями. Партнерства и стратегические союзы.
4. Supplier Relationship Management (SRM) — система управления взаимоотношениями с поставщиками.
5. Организация и методика проведения деловых переговоров с потенциальными поставщиками.
6. Коммерческий и правовой аспект договора поставки.
7. Особенности заключения международных контрактов на поставку продукции. Инкотермс-2010.
8. Разбор маркетинговых ситуаций и решение задач.

Занятие №4 Маркетинговые исследования рынка закупок предприятия. Оценка и выбор поставщиков в закупочной деятельности предприятия

1. Формы и методы маркетинговых исследований рынка закупок.
2. Оценка спроса и предложения на рынке материальных ресурсов. Анализ уровня конкуренции на рынке закупок и структура рынка закупок.
3. Разработка стратегии и программы закупок материальных ресурсов предприятием.
4. Решение «MOB-задачи» (производить самому или покупать).
5. Анализ и оценка существующих отношений с поставщиками.
6. Поиск новых поставщиков: источники и виды информации о поставщиках.
7. Критерии оценки и выбора поставщиков. Методы выбора поставщиков.
8. Маркетинговые программы развития отношений с ключевыми поставщиками.
9. Разбор маркетинговых ситуаций и решение задач.

Занятие №5 Планирование потребности предприятия в материальных ресурсах. Управление товарными запасами предприятия

1. Сущность и основное содержание плана снабжения предприятия.
2. Этапы планирования потребности предприятия в материальных ресурсах.
3. Методы планирования потребности предприятия в материальных ресурсах, ориентированные на производственную программу.
4. Методы планирования (прогнозирования) потребности в материальных ресурсах, ориентированные на их потребление в прошлом.
5. Оптимизация потребления материальных ресурсов на предприятии.
6. Содержание процесса управления товарными запасами на промышленных предприятиях и предприятиях оптовой торговли.
7. Виды товарных запасов и их функции. Анализ товарных запасов.
8. Определение оптимальной партии закупки материальных ресурсов.
9. Системы контроля и регулирования товарных запасов.
10. Разбор маркетинговых ситуаций и решение задач.

Занятие №6 Роль и значение складов в системе материально-технического обеспечения предприятий. Роль и значение транспорта в системе закупок и поставок предприятия

1. Назначение, функции и классификация товарных складов.
2. Виды складских помещений и их взаимосвязь. Расчет потребности предприятия в складской площади.
3. Технология складских операций. Механизация и автоматизация технологических процессов на складе.
4. Управление технологическими процессами на складах.
5. Роль и задачи транспорта в процессе закупки и поставки материальных ресурсов.
6. Технико-экономические характеристики отдельных видов транспорта.
7. Выбор вида транспорта и особенности организации перевозок грузов.
8. Транспортные тарифы и правила их применения.
9. Прогрессивные технологии перевозки грузов. Контейнерная перевозка продукции.
10. Разбор маркетинговых ситуаций и решение задач.

**Занятие №7 Планирование и организация закупок товаров в оптовых организациях. Сущность и организация государственных закупок**

1. Роль, задачи и функции оптовых организаций в области закупок товаров.
2. Типы оптовых организаций и их классификация. Зависимые и независимые посредники.
3. Организационная структура управления оптовой организации. Типы организационной структуры.
4. Понятие государственных закупок и их место в системе управления экономикой страны.
5. Управление государственными закупками на основе принципов прокьюремента.
6. Система государственных закупок. Государственные нужды и их структура.
7. Источники финансирования государственных нужд. Субъекты государственных закупок.
8. Разбор маркетинговых ситуаций и решение задач.

**Занятие №8 Формы и методы государственных закупок. Контроль и оценка эффективности закупочной деятельности предприятия**

1. Общая характеристика форм государственных закупок и их классификация.
2. Критерии выбора формы государственных закупок.
3. Организация и проведение конкурсных торгов (тендеров).
4. Методы оценки конкурсных предложений поставщиков и область их применения.
5. Исследование влияния закупочной деятельности на экономическую эффективность работы предприятия.
6. Показатели экономической эффективности закупочной деятельности предприятия.
7. Основные направления совершенствования закупочной деятельности предприятия.
8. Разбор маркетинговых ситуаций и решение задач.