



Донецький державний  
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Маркетинг закупівель

КАФЕДРА

### маркетингу

РОЗРОБНИК

## Чуприна Олена Оскарівна

д.е.н., доцент chuprina.o@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**5**

кредитів ЄКТС  
(150 годин)

**42**

годин контактна робота з викладачем (14  
годин лекцій;  
28 години семінарських занять)

**108**

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**перш**

**й**

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

**українська**

ФОРМА КОНТРОЛЮ

**залік**

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- вибіркова для спеціальності 075 «Маркетинг»
- вибіркова для всіх здобувачів вищої освіти

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

опанування знань з дисципліни «Маркетинг»

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ознайомлення студентів з теоретичними основами маркетингу закупівель, формування практичних навичок організації та управління закупками матеріальних ресурсів на державному, регіональному рівнях та на рівні підприємства

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Модуль 1. Теоретичні основи організації закупівельної діяльності

**Тем** Сучасна концепція організації закупівельної діяльності

**а**

**1**

.

**Тем** Мотивація суб'єктів процесу поставок

**а** Організація і управління закупівельною діяльністю

**2**

.

**Тем**

**а**

**3**

.

### Модуль 2. Функціональне управління сферою маркетингу закупівель

**Тем** Дослідження ринку та планування закупівель

**а**

**4**

.

**Тем** Визначення потреби в матеріальних ресурсах

**а** Вибір постачальника у маркетингу закупівель

Правові засади та оцінка ефективності маркетингу закупівель



5

.

Тем

а

6

.

Тем

а

7

.

#### ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- знання сучасних пріоритетних напрямів і масштабів розвитку ринків закупівлі;
- вміння аналізувати маркетингову діяльність на підприємствах в частині закупівельної функції;
- вміння формувати та впроваджувати механізми державного управління закупівельною діяльністю;
- володіння підходами до визначення потреби в матеріальних ресурсах;
- навички здійснення маркетингових досліджень ринку та планування закупівель;
- навички організації та управління процесами, пов'язаними з закупівельною діяльністю на підприємстві;
- відповідальне ставлення до виконуваної роботи, самостійність в прийнятті рішень і виконанні дій, спираючись на власний досвід творчого розв'язання поставлених проблем.

#### МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

#### РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

##### **Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.**

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 15 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 30 балів
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 40 балів;
- Виконання завдань ділової гри – ~ 15 балів

##### **Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:**

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

##### **За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:**

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

##### **Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:**



Шкала оцінювання ЄКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

**Основна література:**

1. Баюра В. І., Новікова Н. Л., Романченко Н. В. Закупівля: маркетинговий підхід. Навчальний посібник. К.: Києво-могилянська академія, 2015. 215 с.
2. Безугла Л. С., Демчук Н. І. Маркетинг закупівель : навч. посіб. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. 240 с.
3. Буднікевич І. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. Навчальний посібник. К.: ЦНЛ. 536 с.

**Англомовні видання:**

1. Kotler Philip, Keller Kevin Lane Marketing Management, 15th Edition. Pearson, 2016. 816 p.
2. Kotler, Philip T. Armstrong Gary Principles of Marketing, 17th Edition. Pearson, 2017. 737 p.
3. Keegan Warren Global Marketing Management, Pearson International Edition, 7th Edition. Pearson Education, 2012. 660 p.

**Інтернет джерела**

1. Американська асоціація маркетингу. URL: <https://www.ama.org>.
2. Міжнародна Асоціація маркетингових ініціатив. URL: <http://www.mami.org.ua/>
3. Сайт Міжнародної Маркетингової Групи Україна. URL: <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=3574>
4. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://www.uam.in.ua>.