


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
Економічний факультет  
Кафедра маркетингу

**Затверджено**  
на засіданні кафедри маркетингу  
економічного факультету  
Львівського національного  
університету  
імені Івана Франка  
(протокол №1 від 31 серпня 2020 р.)

Завідувач кафедри  
 проф. Майовець С.Й.

**Силабус з навчальної дисципліни**  
**«МАРКЕТИНГ ЗАКУПІВЕЛЬ»,**  
що викладається в межах ОПП Маркетинг  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти для здобувачів  
з спеціальності 075 Маркетинг

Львів - 2020

<b>Назва курсу</b>	Маркетинг закупівель
<b>Адреса викладання курсу</b>	79000, Україна, м. Львів, пр. Свободи, 18, економічний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка
<b>Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна</b>	Кафедра маркетингу економічного факультету
<b>Галузь знань, шифр та назва спеціальності</b>	07 «Управління та адміністрування» 075 «Маркетинг»
<b>Викладачі курсу</b>	<b>Зіньцьо Юлія Володимирівна</b> , кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу
<b>Контактна інформація викладачів</b>	<a href="mailto:Yuliya.Zintso@lnu.edu.ua">Yuliya.Zintso@lnu.edu.ua</a>
<b>Консультації по курсу відбуваються</b>	Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю). Також можливі он-лайн консультації через Zoom, Meet або подібні ресурси. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або телефонувати.
<b>Сторінка курсу</b>	
<b>Інформація про курс</b>	Курс орієнтовано на вивчення методологічних засад маркетингу закупівель, розкриття особливостей організації та застосування маркетингових інструментів в закупівельній діяльності. З'ясовуються особливості господарської і комерційної діяльності промислових підприємств, які спрямовані на задоволення попиту споживачів у засобах виробництва. Важливим у контексті вивчення курсу є розуміння механізмів матеріального забезпечення діяльності підприємства.
<b>Коротка анотація курсу</b>	Дисципліна «Маркетинг закупівель» є навчальною дисципліною з спеціальності «Маркетинг» для освітньої програми «Маркетинг», яка викладається в 6-му семестрі в обсязі 3 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
<b>Мета та цілі курсу</b>	Метою вивчення дисципліни «Маркетинг закупівель» є формування теоретичних і практичних знань щодо матеріально-технічного забезпечення промислового підприємства. <b>Завдання:</b> Основними завданнями дисципліни є: <ul style="list-style-type: none"> <li>• ознайомлення студентів з відповідними поняттями і категоріями дисципліни;</li> <li>• набуття практичних навичок в роботі з питань стратегії і тактики проведення закупівель;</li> <li>• виховання здатності до творчого пошуку чинників впливу маркетингового середовища на матеріально-технічне забезпечення.</li> </ul>
<b>Література для вивчення дисципліни</b>	<b>Базова література:</b> 1. Безугла Л. С. Маркетинг закупівель : навч. посіб. / Л. С. Безугла, Н. І. Демчук. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. – 240 с. 2. Крикавський, Є. В. Промисловий маркетинг: підручник / Є.В. Крикавський, Н.І. Чухрай. - Львів : Літопис, 2001. - 336 с. 3. Морозов В.В. Основи закупівель товарів, робіт та послуг в проектах: (Тендерні процедури та контракти): Навч. посіб. – К.: Таксон, 2003. – с. 104-107.

4. Нечаєв В.П., Н 14 Промисловий маркетинг: Навч.-метод. Посіб. Для самост. Вивчення дисципліни - Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. – 185 с.
5. Оснач О.Ф., Промисловий маркетинг: Підручник [для студ. вищ. навч. закл.] /Оснач О.Ф., Пилипчук В.П., Коваленко Л.П. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 365 с.
6. Пилипчук В.П. та ін. Промисловий маркетинг Навчальний посібник К.:Центр навчальної літератури, 2005. - 264 с
7. Смиричинський В.В. Логістичний менеджмент державних закупівель. Теоретично-правовий та методологічний аспект: Наукове видання. – Тернопіль: Карт-бланш, 2004. – С. 102-119.
8. Старостіна А.О. Промисловий маркетинг: теорія та господарські ситуації. Підручник. – К. 1997. – 475 с.
9. Шабунін О.О. Промисловий маркетинг: [підручник] / За ред. д-ра екон. наук, професора О.О. Шубіна; [в 2-ох томах]. – К. : ВД «Студцентр». – 2011. – Т. 1. – 528 с.

**Допоміжна література:**

1. Закон України «Про публічні закупівлі» від 12.04.2016 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19>
2. Апопій В.В., Міщук І.П. Організація торгівлі. Підручник. 3-тє вид./ за ред. Апопія В.В. – К.: ЦУЛ, 2009. – 632 с.
3. Бойчук І.В. Маркетинг промислового підприємства: [навчальний посібник] / І.В. Бойчук, А.Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360 с
4. Бойчук І. В. Практика застосування маркетингу в діяльності вітчизняних промислових підприємств // І. В. Бойчук: Вісник ЛКА; Серія економічна, випуск 22. – Львів : Вид-во Львівської Комерційної Академії, 2006. – С. 80-85.
5. Вачевський М. В. Промисловий маркетинг. Основи теорії й практики / М. В. Вачевський. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 254 с
6. Гуторов О.І. Логістика: навч. посібник /О.І. Гуторов, О.І. Лебединська, Н.В. Прозорова / Харк. нац. аграр. ун-т. – Харків: Міськдрук. 2011. – 322 с.
7. Кушнір Т.М. Обґрунтування доцільності використання маркетингу закупівель на ринках товарів промислового призначення. / Кушнір Т.М. – Східна Європа: економіка, бізнес та управління: Випуск 5(16) 2018. – С. 134-137.
8. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія. – Львів: ВЦ ЛНУ ім. І. Франка, 2015. – 450с.
9. Святненко В.Ю. Промисловий маркетинг: [навчальний посібник] / В.Ю. Святненко. – К. : МАУП, 2001. – 264 с.
10. Телетов О. С. Маркетинг у промисловості: підручник / О. С. Телетов; Мін. освіти і науки України; Сум. держ. ун-т. - Київ: ПУЛ, 2004. - 248с.

**Інформаційні ресурси**

1. «Маркетинг в Україні» / Науковий журнал / Доступно з <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>.
2. «Маркетинг и реклама» / Науковий журнал / Доступно з <http://mr.com.ua/>.
3. «Маркетинг і менеджмент інновацій» / Науковий журнал /

	<p>Доступно з <a href="http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/">http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/</a>.</p> <p>4. Головне управління статистики України <a href="http://www.ukrstat.gov.ua">http://www.ukrstat.gov.ua</a>.</p> <p>5. Українська Асоціація Маркетингу <a href="http://uam.in.ua/">http://uam.in.ua/</a>.</p> <p>6. Американська асоціація маркетингу <a href="https://www.ama.org">https://www.ama.org</a>.</p> <p>7. Маркетинговий портал <a href="http://www.marketing-research.in.ua">http://www.marketing-research.in.ua</a>.</p>
<b>Тривалість курсу</b>	<u>90</u> год.
<b>Обсяг курсу</b>	64 годин аудиторних занять. З них 32 годин лекцій, 32 години практичних занять та 26 годин самостійної роботи
<b>Очікувані результати навчання</b>	<p>В результаті вивчення даного курсу студент буде:</p> <p><b>знати:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• сутність, основні поняття, терміни і категорії маркетингу закупівель;</li> <li>• основні положення та напрями матеріально-технічного забезпечення;</li> <li>• місце маркетингу закупівель в структурі управління та функціонування промислового підприємства;</li> <li>• принципи і функції маркетингу закупівель, маркетингове середовище впливу на діяльність із матеріально-технічного забезпечення промислового підприємства;</li> <li>• елементи комплексу маркетингу та їх взаємодію у сфері закупівель;</li> <li>• особливості формування маркетингової політики матеріально-технічного забезпечення промислових підприємств.</li> </ul> <p><b>вміти:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• аналізувати маркетингове середовище промислового підприємства;</li> <li>• організовувати маркетингову діяльність з урахуванням специфіки промислового підприємства,</li> <li>• обирати оптимальну форму організації руху матеріальних потоків;</li> <li>• використовувати сучасні інформаційні технології у процесі вирішення управлінських задач;</li> <li>• забезпечувати ефективний обмін інформацією між суб'єктами ринку;</li> <li>• самостійно формулювати висновки щодо ефективності фінансово-господарських процесів на підприємстві;</li> <li>• здійснювати відбір цільових ринків та обґрунтовувати ринкову стратегію закупівель промислового підприємства;</li> <li>• розробляти маркетингові заходи з урахуванням взаємодії елементів комплексу маркетингу у сфері закупівель на ринку товарів промислового призначення.</li> </ul>
<b>Ключові слова</b>	Маркетинг, маркетинг закупівель, логістика, постачальник, покупці, виробництво, ціна, товар, послуга, ринок, попит, сегмент ринку, сегментування, закупівлі, державні закупівлі, міжнародні закупівлі, ресурсне забезпечення, контракт, матеріально-технічне постачання, тендер, закупівельний центр, вантаж, маршрут.
<b>Формат курсу</b>	Очний
	Проведення лекцій та консультації для кращого розуміння тем
<b>Теми</b>	<p>Тема 1 Методологічні засади вивчення маркетингу закупівель</p> <p>Тема 2 Розуміння закупівлі як фази товарного обігу</p> <p>Тема 3 Організація системи закупівель</p>

	<p>Тема 4 Процес закупівлі в промисловому середовищі</p> <p>Тема 5 Планування закупівель. Розробка програми закупівель</p> <p>Тема 6 Умови постачань у закупівлях</p> <p>Тема 7 Вибір постачальника</p> <p>Тема 8 Оцінка якості та конкурентоспроможності продукції</p> <p>Тема 9 Організація тендерних закупівель</p> <p>Тема 10 Партнерські взаємовідносини у закупівельному маркетингу</p>
<b>Підсумковий контроль, форма</b>	<p>залік в кінці семестру</p> <p>При викладанні дисципліни «Маркетинг закупівель» використовуються такі методи контролю:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять й змістових модулів і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Його інструментами є контрольні роботи і тестування.</li> </ul>
<b>Пререквізити</b>	<p>Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з таких дисциплін як «Маркетинг», «Соціологія», «Маркетингове ціноутворення», «Поведінка споживача», «Інфраструктура товарного ринку», «Менеджмент», «Економіка підприємства», достатніх для сприйняття категоріального апарату курсу, розуміння джерел досліджуваних об'єктів.</p>
<b>Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу</b>	<p>Основними методами навчання, що використовуються в процесі викладання навчальної дисципліни «Маркетинг закупівель» є:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- метод передачі і сприйняття навчальної інформації, пробудження наукового інтересу (лекції, ілюстрації, презентації);</li> <li>- метод практичного засвоєння курсу з допомогою складання тестових завдань, вирішення задач та ситуацій з метою набування умінь і практичних навичок (практичні заняття);</li> <li>- метод модульного контролю з допомогою періодичного складання модулів за тематикою лекційних та практичних занять;</li> <li>- метод самостійного засвоєння студентами навчального матеріалу у вигляді складання тестів, вирішення задач, написання рефератів на підставі самостійно опрацьованої базової літератури та додаткових джерел інформації (в т.ч. законодавчих актів) з метою конкретизації й поглиблення базових знань, необхідних умінь та практичних навичок (самостійна робота);</li> <li>- методи усного та письмового контролю (практичні заняття та самостійна робота).</li> </ul>
<b>Необхідне обладнання</b>	<p>Вивчення курсу «Маркетинг закупівель» потребує використання загально вживаних програм і операційних систем.</p>
<b>Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)</b>	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• практичні/самостійні тощо: 30% семестрової оцінки; максимальна кількість балів 30</li> <li>• контрольні заміри (модулі): 20% семестрової оцінки; максимальна кількість балів 20</li> <li>• проведення заліку (оформляється за результатами поточної успішності студента протягом семестру <math>50 \times 2 = 100</math>)</li> </ul>

Підсумкова максимальна кількість балів 100

**Письмові роботи:** Очікується, що студенти виконають індивідуальне письмове завдання у вигляді доповіді. **Академічна доброчесність:** Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. **Відвідання занять** є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом. **Література.** Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

**Політика виставлення балів.** Враховуються бали набрані на поточному тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	Зараховано
81-89	<b>B</b>	добре	
71-80	<b>C</b>		
61-70	<b>D</b>	задовільно	
51-60	<b>E</b>		
0-50	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання

**Питання до заліку чи екзамену.**

**Перелік питань для проведення підсумкової оцінки знань**

1. Суть та завдання маркетингу закупівель
2. Функції маркетингу закупівель

	<ul style="list-style-type: none"> <li>3. Елементи маркетингу закупівель</li> <li>4. Види закупівель</li> <li>5. Функції відділу закупівель</li> <li>6. Еволюція функції закупівель</li> <li>7. Класифікація моделей закупівель</li> <li>8. Типова система закупівель</li> <li>9. Реорганізація системи закупівель на базі конкурентних способів</li> <li>10. Колективний характер прийняття рішення про закупівлю товарів промислового призначення.</li> <li>11. Основні етапи закупівлі товарів промислового призначення.</li> <li>12. Ситуації при промислових закупівлях</li> <li>13. Мотиви покупців товарів промислового призначення</li> <li>14. Розробка програми закупівель</li> <li>15. Умови поставок у закупівлях</li> <li>16. Правила для внутрішньонаціональної та міжнародної торгівлі</li> <li>17. Характеристики основних етапів роботи у виборі постачальника.</li> <li>18. Характеристика методів оцінки результатів роботи з постачальниками.</li> <li>19. Аналіз ABC-XYZ в управлінні товарами та матеріальними запасами</li> <li>20. Визначення, показники та методи оцінки якості вхідних матеріалів та напівфабрикатів.</li> <li>21. Особливості визначення рейтингу товару.</li> <li>22. Методика оцінювання конкурентоспроможності товару</li> <li>23. Формування, типи, склад та функції тендерного комітету.</li> <li>24. Організація і планування роботи тендерного комітету.</li> <li>25. Тендерне забезпечення і забезпечення виконання угоди про закупівлю.</li> <li>26. Порядок подання, отримання і розкриття тендерних пропозицій.</li> <li>27. Процедура оцінки пропозиції та укладення договору</li> <li>28. Формування партнерських стосунків “постачальник-споживач”.</li> <li>29. Лояльні клієнти та їхнє обслуговування.</li> <li>30. Сучасні системи формування партнерських стосунків з клієнтами</li> </ul>
<b>Опитування</b>	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.

## СХЕМА КУРСУ «МАРКЕТИНГ ЗАКУПІВЕЛЬ»

Тиж. / дата / год.-	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)* *лекція, самостійна, дискусія, групова робота)	Література	Завдання, год	Термін виконання
	<p><b>Тема 1. Методологічні засади вивчення маркетингу закупівель</b></p> <p>Сутність в основні функції закупівлі та зв'язок її з матеріально-технічним постачанням і логістикою.</p>	Лекція	<p>1. Безугла Л. С. Маркетинг закупівель : навч. посіб. / Л. С. Безугла, Н. І. Демчук. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. – 240 с.</p> <p>2. Нечаєв В.П., Н 14 Промисловий маркетинг: Навч.-метод. Посіб. Для самост. Вивчення дисципліни - Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. – 185 с.</p> <p>3. Шабунін О.О. Промисловий маркетинг: [підручник] / За ред. д-ра екон. наук, професора О.О. Шубіна; [в 2-ох томах]. – К. : ВД «Студцентр». – 2011. – Т. 1. – 528 с.</p> <p>4. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник / Є.Й. Майовець. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2013. с. 13-38.</p>	<p>Завдання для самооцінювання:</p> <p>1. Що таке маркетинг закупівель? Які функції він виконує?</p> <p>2. Охарактеризуйте місце маркетингу закупівель в маркетингу фірми</p> <p>3. Опишіть систему закупівель з позиції постачальника</p>	4 год
	<p><b>Тема 2. Розуміння закупівлі як фази товарного обігу</b></p> <p>Розуміння закупівлі як фази товарного обігу та видів закупівельної діяльності. Види закупівельної діяльності. Класифікація закупівель.</p>	лекція	<p>1. Безугла Л. С. Маркетинг закупівель : навч. посіб. / Л. С. Безугла, Н. І. Демчук. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. – 240 с.</p> <p>2. Нечаєв В.П., Н 14 Промисловий маркетинг: Навч.-метод. Посіб. Для самост. Вивчення дисципліни - Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. – 185 с.</p> <p>3. Шабунін О.О. Промисловий маркетинг: [підручник] / За ред. д-ра екон. наук, професора О.О. Шубіна; [в 2-ох томах]. – К. : ВД «Студцентр». – 2011. – Т. 1. – 528 с.</p> <p>4. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч.</p>	<p>Завдання для самооцінювання:</p> <p>1. Які функції виконує відділ закупівель. Опишіть еволюцію функцій закупівлі.</p> <p>2. Назвіть основні види закупівель</p>	2 год



			посібник / Є.Й. Майовець. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2013. с. 13-38.		
	<p><b>Тема 3. Організація системи закупівель</b>          Моделі закупівель. Типова система закупівель.          Реорганізація системи закупівель на базі конкурентних способів.</p>	Лекція	<p>1. Безугла Л. С. Маркетинг закупівель : навч. посіб. / Л. С. Безугла, Н. І. Демчук. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. – 240 с.          2. Нечаєв В.П., Н 14 Промисловий маркетинг: Навч.-метод. Посіб. Для самост. Вивчення дисципліни - Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. – 185 с.          3. Шабунін О.О. Промисловий маркетинг: [підручник] / За ред. д-ра екон. наук, професора О.О. Шубіна; [в 2-ох томах]. – К. : ВД «Студцентр». – 2011. – Т. 1. – 528 с.          4. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник / Є.Й. Майовець. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2013. с. 13-38.</p>	Завдання для самооцінювання:	4 год
	<p><b>Тема 4. Процес закупівлі в промисловому середовищі</b>          Чинники прийняття рішення про закупівлю.          Колективний характер прийняття рішення про закупівлю товарів промислового призначення.          Закупівельний центр.          Вибір постачальника          Виникнення, усвідомлення, формулювання і визнання потреби. Визначення характеристик продукту. Тип закупівлі.</p>	Лекція	<p>1. Безугла Л. С. Маркетинг закупівель : навч. посіб. / Л. С. Безугла, Н. І. Демчук. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. – 240 с.          2. Нечаєв В.П., Н 14 Промисловий маркетинг: Навч.-метод. Посіб. Для самост. Вивчення дисципліни - Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. – 185 с.          3. Шабунін О.О. Промисловий маркетинг: [підручник] / За ред. д-ра екон. наук, професора О.О. Шубіна; [в 2-ох томах]. – К. : ВД «Студцентр». – 2011. – Т. 1. – 528 с.          4. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник / Є.Й. Майовець. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2013. с. 13-38.</p>	Завдання для самооцінювання:	4 год
	<p><b>Тема 5. Планування закупівель. Розробка програми закупівель</b>           Мотиви покупців товарів промислового призначення. Розробка програми закупівель</p>	лекція	<p>1. Безугла Л. С. Маркетинг закупівель : навч. посіб. / Л. С. Безугла, Н. І. Демчук. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. – 240 с.          2. Нечаєв В.П., Н 14 Промисловий маркетинг: Навч.-метод. Посіб. Для самост. Вивчення дисципліни -</p>	Завдання для самооцінювання:	4 год
				Завдання для самооцінювання:	
				1. Яким чином відбувається узгодження плану закупівель матеріальних ресурсів з кошторисом	

			Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. – 185 с. 3. Шабунін О.О. Промисловий маркетинг: [підручник] / За ред. д-ра екон. наук, професора О.О. Шубіна; [в 2-ох томах]. – К. : ВД «Студцентр». – 2011. – Т. 1. – 528 с. 4. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник / Є.Й. Майовець. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2013. с. 13-38.	витрат на виробництво? 2. За допомогою яких спонукальних мотивів визначають вибір певного товару промислового призначення? 3. Як розподілити в часі обсяги закупівель на ринках сировини і матеріалів?	
	<b>Тема 6. Умови постачань у закупівлях</b> Умови постачань у групах Е, F, C, D. Перехід ризиків і витрат пов'язаних з товаром. Митне очищення та договір перевезення.	лекція	1. Безугла Л. С. Маркетинг закупівель : навч. посіб. / Л. С. Безугла, Н. І. Демчук. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. – 240 с. 2. Нечаєв В.П., Н 14 Промисловий маркетинг: Навч.-метод. Посіб. Для самост. Вивчення дисципліни - Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. – 185 с. 3. Шабунін О.О. Промисловий маркетинг: [підручник] / За ред. д-ра екон. наук, професора О.О. Шубіна; [в 2-ох томах]. – К. : ВД «Студцентр». – 2011. – Т. 1. – 528 с. 4. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник / Є.Й. Майовець. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2013. с. 13-38.	Завдання для самооцінювання:  1. Назвіть фактори, які впливають на вибір транспорту? 2. Охарактеризуйте види транспорту за класифікацією інкотермс	4 год
	<b>Тема 7. Вибір постачальника</b>  Характеристики основних етапів роботи у виборі постачальника. Характеристика методів оцінки результатів роботи з постачальниками. Аналіз ABC-XYZ в управлінні товарами та матеріальними запасами	лекція	1. Безугла Л. С. Маркетинг закупівель : навч. посіб. / Л. С. Безугла, Н. І. Демчук. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. – 240 с. 2. Нечаєв В.П., Н 14 Промисловий маркетинг: Навч.-метод. Посіб. Для самост. Вивчення дисципліни - Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. – 185 с. 3. Шабунін О.О. Промисловий маркетинг: [підручник] / За ред. д-ра екон. наук, професора О.О. Шубіна; [в 2-ох томах]. – К. : ВД «Студцентр». – 2011. – Т. 1. – 528 с. 4. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч.	Завдання для самооцінювання:  1. Охарактеризуйте основні етапи роботи у виборі постачальника? 2. Опишіть алгоритм вибору постачальника? 3. В чому полягає суть ABC-класифікації постачальників ?	4 год

			посібник / Є.Й. Майовець. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2013. с. 13-38.		
	<p><b>Тема 8. Оцінка якості та конкурентоспроможності продукції</b></p> <p>Визначення, показники та методи оцінки якості вхідних матеріалів та напівфабрикатів. Особливості визначення рейтингу товару. Методика оцінювання конкурентоспроможності товару</p>	лекція	<p>1. Безугла Л. С. Маркетинг закупівель : навч. посіб. / Л. С. Безугла, Н. І. Демчук. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. – 240 с.</p> <p>2. Нечаєв В.П., Н 14 Промисловий маркетинг: Навч.-метод. Посіб. Для самост. Вивчення дисципліни - Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. – 185 с.</p> <p>3. Шабунін О.О. Промисловий маркетинг: [підручник] / За ред. д-ра екон. наук, професора О.О. Шубіна; [в 2-ох томах]. – К. : ВД «Студцентр». – 2011. – Т. 1. – 528 с.</p> <p>4. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник / Є.Й. Майовець. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2013. с. 13-38.</p>	<p>Завдання для самооцінювання:</p> <p>1.Що таке рейтинг товару? Яким чином він обчислюється</p> <p>2. Перелічіть фактори, що визначають якість товару? Назвіть методи визначення якості</p> <p>3. Що таке конкурентоспроможність? Опишіть методика оцінювання конкурентоспроможності товару</p>	2 год
	<p><b>Тема 9. Організація тендерних закупівель</b></p> <p>Формування, типи, склад та функції тендерного комітету. Організація і планування роботи тендерного комітету. Тендерна документація.</p> <p>Тендерне забезпечення і забезпечення виконання угоди про закупівлю. Порядок подання, отримання і розкриття тендерних пропозицій. Процедура оцінки пропозиції та укладення договору</p>		<p>1. Безугла Л. С. Маркетинг закупівель : навч. посіб. / Л. С. Безугла, Н. І. Демчук. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. – 240 с.</p> <p>2. Нечаєв В.П., Н 14 Промисловий маркетинг: Навч.-метод. Посіб. Для самост. Вивчення дисципліни - Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. – 185 с.</p> <p>3. Шабунін О.О. Промисловий маркетинг: [підручник] / За ред. д-ра екон. наук, професора О.О. Шубіна; [в 2-ох томах]. – К. : ВД «Студцентр». – 2011. – Т. 1. – 528 с.</p> <p>4. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник / Є.Й. Майовець. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2013. с. 13-38.</p>	<p>Завдання для самооцінювання:</p> <p>1.Опишіть процедуру оцінки пропозиції та укладення договору.</p> <p>2. В чому полягає організація і планування роботи тендерного комітету</p> <p>3. Особливості організації тендерних закупівель</p>	2 год
	<p><b>Тема 10. Партнерські взаємовідносини у закупівельному маркетингу</b></p> <p>Формування партнерських стосунків “постачальник-споживач”. Лояльні клієнти та їхнє обслуговування. Маркетинг під час задоволення скарг. Сучасні системи формування партнерських стосунків з клієнтами</p>		<p>1. Безугла Л. С. Маркетинг закупівель : навч. посіб. / Л. С. Безугла, Н. І. Демчук. – Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. – 240 с.</p> <p>2. Нечаєв В.П., Н 14 Промисловий маркетинг: Навч.-метод. Посіб. Для самост. Вивчення дисципліни -</p>	<p>Завдання для самооцінювання:</p> <p>1.Назвіть чинники, які обумовлюють успішність партнерства.</p> <p>2.Назвіть переваги та</p>	2 год

		<p>Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2016. – 185 с. 3. Шабунін О.О. Промисловий маркетинг: [підручник] / За ред. д-ра екон. наук, професора О.О. Шубіна; [в 2-ох томах]. – К. : ВД «Студцентр». – 2011. – Т. 1. – 528 с. 4. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник / Є.Й. Майовець. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2013. с. 13-38.</p>	<p>недоліки партнерських стосунків “постачальник-покупець”? Обґрунтуйте відповідь</p>	
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------	--