

<b>KARTA OPISU MODUŁU KSZTAŁCENIA</b>		
Nazwa modułu/przedmiotu <b>Strategie zakupowe</b>		Kod <b>1011105411011147661</b>
Kierunek studiów <b>Logistyka - studia niestacjonarne II stopnia</b>	Profil kształcenia (ogólnoakademicki, praktyczny) <b>ogólnoakademicki</b>	Rok / Semestr <b>1 / 1</b>
Ścieżka obieralności/specjalność <b>Logistyka łańcuchów dostaw</b>	Przedmiot oferowany w języku: <b>polski</b>	Kurs (obligatoryjny/obieralny) <b>obieralny</b>
Stopień studiów: <b>II stopień</b>	Forma studiów (stacjonarna/niestacjonarna) <b>niestacjonarna</b>	
Godziny Wykłady: <b>14</b> Ćwiczenia: - Laboratoria: - Projekty/seminaria: <b>14</b>		Liczba punktów <b>5</b>
Status przedmiotu w programie studiów (podstawowy, kierunkowy, inny) <b>inny</b>		(ogólnouczelniany, z innego kierunku) <b>ogólnouczelniany</b>
Obszar(y) kształcenia i dziedzina(y) nauki i sztuki <b>nauki techniczne</b>		Podział ECTS (liczba i %) <b>5 100%</b>
<b>Odpowiedzialny za przedmiot / wykładowca:</b>		
<p>dr inż. Krzysztof Kubiak email: krzysztof.kubiak@put.poznan.pl tel. (61) 665-34-05 Wydział Inżynierii Zarządzania ul. Strzelecka 11, 60-965 Poznań</p>		
<b>Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych:</b>		
1	<b>Wiedza:</b>	Zna podstawowe bieżące problemy logistyczne.
2	<b>Umiejętności:</b>	Interpretuje i potrafi objaśniać podstawowe pojęcia i zależności związane z przepływem towarów, potrafi zaprojektować system dystrybucji.
3	<b>Kompetencje społeczne</b>	Rozumie, że właściwe wdrażanie strategii nie zależy od technologii ale przede wszystkim od kompetencji personalnych i społecznych kadry zarządzającej. Student potrafi dyskutować, bronić swoich poglądów oraz analizować pomysły innych osób.
<b>Cel przedmiotu:</b>		
C1 Zapoznanie studentów z kompleksowym procesem zakupów		
C2 Wykształcenie sprawności korzystania z narzędzi analizy strategii zakupowych		
<b>Efekty kształcenia i odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia</b>		
<b>Wiedza:</b>		
1. Zna przedmiot i rolę zakupów, w procesie logistycznym - [K2A_W02] 2. Zna metody zarządzania strategicznego i możliwości wykorzystania ich w działalności logistycznej przedsiębiorstw - [K2A_W03, K2A_W04] 3. Zna podstawowe koncepcje oraz metody zarządzania przepływem materiałów - [K2A_W08] 4. Zna elementy zapytania ofertowego, zna etapy negocjacji zakupowych - [K2A_W09] 5. Zna klasyfikacje strategii zakupowych, zna narzędzia analizy stosowane przy budowie strategii zakupowych - [K2A_W13]		
<b>Umiejętności:</b>		
1. Potrafi rozwiązywać proste problemy w obszarze zakupów na różnych rynkach - [K2A_U02] 2. Potrafi samodzielnie sporządzać zapytanie ofertowe, potrafi przeprowadzić negocjacje zakupowe - [K2A_U04, K2A_U05] 3. Potrafi dokonać analizy strategii zakupowych w wybranym przedsiębiorstwie, potrafi korzystać z narzędzi stosowanych przy budowie strategii zakupowych - [K2A_U09, K2A_U10, K2A_U15] 4. Potrafi wprowadzić strategię zakupową w wybranym przedsiębiorstwie uwzględniając ulepszenia z wcześniejszych analiz - [K2A_U11, K2A_U12, K2A_U16]		
<b>Kompetencje społeczne:</b>		
1. Chętnie i aktywnie komunikuje w różnych formach na tematy związane procesem zakupów - [K2A_K03] 2. Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę i umiejętności o wymiar interdyscyplinarny - [K2A_K04]		

<b>Sposoby sprawdzenia efektów kształcenia</b>		
<p>Ocena formująca:</p> <p>a)w zakresie projektu: Bieżąca ocena aktywności na zajęciach (pytania prowadzącego zajęcia), ocena wykonania części projektu.</p> <p>b)w zakresie wykładów: Zadawanie pytań odwołujących się do treści poprzednich wykładów na kolejnym wykładzie.</p> <p>Ocena podsumowująca: Wykład: odpytywanie ustne (na podstawie przygotowanych zestawów pytań) Projekt: wykonanie projektu</p>		
<b>Treści programowe</b>		
<p>1. Przedmiot zakupów. 2. Zasady poszukiwania partnera handlowego i oceny jego wiarygodności. 3. Negocjacje zakupowe. 4. Strategie zakupowe (single sourcing, sole sourcing, multiple sourcing, strategie transakcyjne i partnerskie). 5. Procedury zakupowe. 6. Narzędzia analizy stosowane przy budowie strategii zakupowych (Macierz Kraljica, Model Buy-Grid, Macierz pozycjonowania strategicznego). 7. E-narzędzia zakupowe. Wykorzystywane metody: Wykład ? dyskusja, analiza przypadków Projekt ? metoda projektów, Macierz Kraljica, Model Buy-Grid, Macierz pozycjonowania strategicznego, Metodyka myślenia sieciowego</p>		
<p><b>Literatura podstawowa:</b></p> <p>1. Kubiak K., The application of value network analysis at an ICT company ? case study, [w:] Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej nr , Politechnika Poznańska, Poznań 2016 2. Różycki M., Strategie zakupowe. Jak prowadzić udane negocjacje w łańcuchu dostaw, Helion, Gliwice, 2016 3. Grzybowska K., Strategie zakupowe, Politechnika Poznańska, Poznań, 2011. 4. Gąsiorowska E., Decyzje zakupowe na rynku małych przedsiębiorców, Difin, Warszawa, 2007. 5. Hadaś Ł., Klimarczyk G , Ragin-Skorecka K.,, Zarządzanie zakupami. Poradnik, Open Nexus, 2014.</p>		
<p><b>Literatura uzupełniająca:</b></p> <p>1. Bendowski J., Radziejowska G., Logistyka zaopatrzenia w przedsiębiorstwie, 2005. 2. Lysons K., Zakupy zaopatrzeniowe, PWE, Warszawa 2004.</p>		
<b>Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta</b>		
Czynność	Czas (godz.)	
1. Udział w zajęciach wykładowych	14	
2. Udział w zajęciach ćwiczeniowych	14	
3. Przygotowanie się do zajęć	40	
4. Przygotowanie się do zaliczeń	40	
5. Konsultacje	15	
6. Kolokwium (test końcowy)	2	
<b>Obciążenie pracą studenta</b>		
forma aktywności	godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	125	5
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	75	3
Zajęcia o charakterze praktycznym	50	2