

<b>KARTA OPISU MODUŁU KSZTAŁCENIA</b>		
Nazwa modułu/przedmiotu <b>Strategie zakupowe</b>		Kod <b>1011102311011147661</b>
Kierunek studiów <b>Logistyka - studia stacjonarne II stopnia</b>	Profil kształcenia (ogólnoakademicki, praktyczny) <b>(brak)</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>stacjonarna</b>	
Godziny Wykłady: <b>15</b> Ćwiczenia: - Laboratoria: - Projekty/seminaria: <b>30</b>		Liczba punktów <b>5</b>
Status przedmiotu w programie studiów (podstawowy, kierunkowy, inny) <b>(brak)</b>		(ogólnouczelniany, z innego kierunku) <b>(brak)</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. 616653405 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.</p> <p>Wykorzystywane metody: Wykład ? dyskusja, analiza przypadków Projekt ? metoda projektów, Macierz Kraljica, Model Buy-Grid, Macierz pozycjonowania strategicznego, Metodyka myślenia sieciowego</p>		
<b>Literatura podstawowa:</b>		
<p>1. Grzybowska K., Strategie zakupowe, Politechnika Poznańska, Poznań, 2011. 2. Gąsiorowska E., Decyzje zakupowe na rynku małych przedsiębiorców, Difin, Warszawa, 2007. 3. Kubiak K., The application of value network analysis at an ICT company ? case study, [w:] Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej nr , Politechnika Poznańska, Poznań 2016 4. Różycki M., Strategie zakupowe. Jak prowadzić udane negocjacje w łańcuchu dostaw, Helion, Gliwice, 2016 5. Grzybowska K., Strategie zakupowe, Politechnika Poznańska, Poznań, 2011. 6. Gąsiorowska E., Decyzje zakupowe na rynku małych przedsiębiorców, Difin, Warszawa, 2007. 7. Hadaś Ł., Klimarczyk G , Ragin-Skorecka K., Zarządzanie zakupami. Poradnik, Open Nexus, 2014.</p>		
<b>Literatura uzupełniająca:</b>		
<p>1. Bendowski J., Radziejowska G., Logistyka zaopatrzenia w przedsiębiorstwie, 2005. 2. Lysons K., Zakupy zaopatrzeniowe, PWE, Warszawa 2004. 3. Bendowski J., Radziejowska G., Logistyka zaopatrzenia w przedsiębiorstwie, 2005. 4. Lysons K., Zakupy zaopatrzeniowe, PWE, Warszawa 2004.</p>		
<b>Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta</b>		
Czynność	Czas (godz.)	
1. Udział w zajęciach wykładowych	15	
2. Udział w zajęciach projektowych	30	
3. Przygotowanie się do zajęć	30	
4. Przygotowanie do zaliczeń	30	
5. Konsultacje	18	
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