

Учреждение образования  
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»

  
В.Ю. Шутилин

« 4 » мая 2021г.

Регистрационный № УД-471921/уч.

**УПРАВЛЕНИЕ ЗАКУПКАМИ**

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной  
дисциплине для специальности 1-26 02 03 «Маркетинг»

Учебная программа составлена на основе учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» (специализации 1-26 02 03 06 «Промышленный маркетинг»), регистрационный № 49Р-13 от 10.06.2013.

#### **СОСТАВИТЕЛИ:**

*Савец А.Н.*, доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

*Гуртовой А.А.*, ассистент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

#### **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*Журавлев В.А.*, доцент кафедры экономики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», кандидат экономических наук, доцент;

*Тарелко В.В.*, доцент кафедры логистики и ценовой политики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

#### **РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 9 от 25.03.2021);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 4 от 22.04.2021)

## Пояснительная записка

Программа разработана в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования по специальности «Маркетинг», предъявляемыми к дисциплинам специализации, а также учебным планом по специализации 1-26 02 03 06 «Промышленный маркетинг».

### *Цель преподавания учебной дисциплины*

Основной целью изучения учебной дисциплины является обучение студентов знаниям теории и практики анализа, планирования, организации, контроля и регулирования закупочной деятельности в различных организациях с использованием концепций маркетинга и логистики, а также приобретение способностей самостоятельного управления процессами закупок на рынке B2B, включая государственные закупки.

### *Задачи изучения учебной дисциплины*

Задачами изучения учебной дисциплины является обеспечение подготовки специалиста, который приобретет знания и навыки по наиболее рациональному и эффективному использованию ресурсов в процессе закупочной деятельности. Добиваться интеграции всех составляющих комплекса маркетинга и системы логистического управления на всех этапах управления закупками.

Подготовка специалистов в рамках изучения учебной дисциплины «Управление закупками» должна обеспечить формирование следующих групп компетенций:

#### *а) академических:*

- АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.
- АК-2. Владеть инструментарием системного и сравнительного анализа.
- АК-3. Владеть исследовательскими навыками.
- АК-4. Уметь работать самостоятельно.
- АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.
- АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.
- АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

#### *б) социально-личностных:*

- СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.
- СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.
- СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике.
- СЛК-6. Уметь работать в команде.

*в) профессиональных:*

- ПК-2. Организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей.
- ПК-3. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.
- ПК-4. Анализировать и оценивать собранные данные.
- ПК-5. Вести переговоры, разрабатывать договоры (контракты) с другими заинтересованными участниками экономических отношений, в том числе и с зарубежными.
- ПК-7. Пользоваться глобальными информационными ресурсами.
- ПК-8. Владеть современными средствами телекоммуникаций.
- ПК-9. Разрабатывать разделы бизнес-, маркетинг-планов, планов развития организации; разрабатывать планы закупок и прогнозы продаж.
- ПК-10. Разрабатывать технико-экономическое обоснование маркетинговых мероприятий организации.
- ПК-11. Определять экономическую и социальную эффективность маркетинговых мероприятий.
- ПК-12. Разрабатывать план маркетинговых исследований, анализировать их результаты и использовать при разработке и осуществлении комплекса маркетинга организации.
- ПК-13. Прогнозировать технико-экономические показатели деятельности организации.
- ПК-14. Анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, оценивать ее экономический потенциал, сильные и слабые стороны.
- ПК-15. Осуществлять информационное обеспечение коммуникаций.
- ПК-16. Изучать поведение покупателей и потребителей.
- ПК-17. Осуществлять анализ маркетинговой деятельности организации.
- ПК-22. Разрабатывать и осуществлять политику закупок товаров.
- ПК-24. Прогнозировать объемы закупок, продаж и товарооборот.
- ПК-25. Использовать комплекс рекламных коммуникаций для формирования спроса и стимулирования продаж.
- ПК-26. Осуществлять поиск, систематизацию и анализ информации по перспективам развития отрасли, инновационным технологиям, проектам и решениям.

***В результате изучения дисциплины студенты должны:***

**ЗНАТЬ:**

- методы и приемы, применяемые покупателями в процессе изучения рынка средств производства, а также при планировании, организации и оперативном управлении закупками материальных ресурсов;

- особенности использования принципов маркетинга и логистики в управлении закупочной деятельностью;
- применяемые типы организационных структур управления закупочной деятельностью;
- системы информационного обеспечения закупочной деятельности;
- системы управления производственными и товарными запасами;
- методы и приемы оценки эффективности закупочной деятельности.

#### **УМЕТЬ:**

- изучать рынок закупок;
- использовать различные источники информации о средствах производства и их продавцах;
- анализировать, оценивать и прогнозировать предложение товаров промышленного назначения на рынке;
- рассчитывать потребность в средствах производства для производственных и оптовых торговых организаций;
- разрабатывать баланс материально-технического обеспечения предприятия;
- определять плановый объем закупки материальных ресурсов производственными организациями;
- рассчитывать объем закупки оптовой организации для обеспечения планового товарооборота;
- определять объемы государственных закупок;
- осуществлять поиск и выбор поставщиков, в том числе на конкурсной основе;
- нормировать производственные и товарные запасы;
- разрабатывать оперативно-календарные планы закупок;
- организовывать закупку и завоз материальных ресурсов на склады предприятия;
- осуществлять процедуры государственных закупок;
- планировать и организовывать материально-техническое снабжение внутренних подразделений предприятия;
- определять эффективность закупочной деятельности.

#### **ВЛАДЕТЬ:**

- разработкой планов закупок в организациях;
- навыками заключения договоров с поставщиками;
- навыками оформления документов на отпуск материальных ресурсов внутренним подразделениям организации;
- составлением статистической отчетности о закупках, расходе и остатках материальных ресурсов.

Освоение учебной дисциплины «Управление закупками» тесно взаимосвязано и требует усвоения всех разделов и тем, рассматриваемых в учебных дисциплинах «Микроэкономика», «Макроэкономика», а также базовых учебных дисциплин «Маркетинг» и «Логистика» и дисциплин специализации «Промышленный маркетинг» и «Управление сбытом». Логика

построения учебной дисциплины позволяет рассмотреть, как общие вопросы, характеризующие историю развития понятийного аппарата, специфику закупочной деятельности, так и частные аспекты, связанные с влиянием различных факторов на процесс закупки.

*Всего часов по учебной дисциплине 188, из них всего часов аудиторных – 72, в том числе 42 часа – лекции, 30 часов – практические занятия.*

*Форма текущей аттестации – курсовая работа, экзамен.*

*Форма получения высшего образования – очная (дневная), заочная.*

# СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

## Раздел 1. Теория и методология управления закупками

### Тема 1. Предмет, задачи и методология изучения дисциплины

Сущность закупочной деятельности. Закупочная деятельность в рыночной системе отношений обмена. Соотношения понятий закупочная деятельность, материально-техническое снабжение, закупочный маркетинг и закупочная логистика. Содержание процесса управления закупками. Особенности управления закупками в производственных, торговых и других организациях.

Управление закупочной деятельностью как предмет курса. Содержание дисциплины, ее связь с экономической теорией и специальными дисциплинами. Необходимость учета требований экономических законов в закупочной деятельности.

Задачи курса и его значение для подготовки специалистов по промышленному маркетингу. Место организаций-покупателей в системе промышленного маркетинга. Необходимость изучения функций закупки маркетологами-экономистами.

Методология курса. Использование общих и частных методов познания при изучении закупочной деятельности. Значение аналитического, статистического, балансового и экономико-математических методов, а также инструментария функционально-стоимостного анализа для закупочной деятельности.

Современные особенности и проблемы в области деятельности по закупкам материальных ресурсов. Влияние на процесс закупок совершенствования рыночных отношений, развития предпринимательства и инициативы, достижений научно-технического прогресса, изменения рыночной конъюнктуры, возрастания конкуренции среди поставщиков, расширения и постоянного обновления ассортимента потребляемых ресурсов, сокращения их жизненного цикла, использование информационных технологий управления.

### Тема 2. Маркетинговое управление закупочной деятельностью

Использование принципов маркетинга в управлении закупочной деятельностью. Общая характеристика комплекса закупочного маркетинга.

Вопросы товарной политики в комплексе закупочного маркетинга. Изучение товарной политики потенциальных поставщиков, собственной товарной политики предприятия и обеспечение их согласованности. Взаимодействие службы закупок с другими подразделениями предприятия по вопросам разработки ассортиментной программы закупок. Обновление

ассортимента закупаемых материальных ресурсов. Использование новых материалов, комплектующих изделий, узлов, деталей и оборудования, заменителей и альтернативных субститутов потребляемых материальных ресурсов. Мероприятия по выведению из программы закупок устаревших средств производства. Формы сотрудничества с поставщиками по обеспечению производства и поставок материальных ресурсов необходимого ассортимента и качества. Обоснование целесообразности установления прямых длительных хозяйственных связей с поставщиками. Политика покупателя в отношении сервиса, предлагаемого поставщиками.

Сущность ценовой политики в закупочной деятельности и особенности ее осуществления. Изучение цен и их эластичности в зависимости от объемов закупок, рынков, поставщиков, условий расчетов, объема предлагаемого сервиса. Анализ системы скидок, предлагаемых поставщиками, и наценок посреднических организаций. Прогнозирование цен и конъюнктуры рынка, использование результатов прогноза в политике закупок.

Изучение каналов приобретения материальных ресурсов. Комплексное изучение затрат на приобретение материальных ресурсов. Сотрудничество с поставщиками по формированию каналов товародвижения. Оптимизации закупочной деятельности на основе логистики закупок.

Коммуникативная политика покупателя, ее особенности. Коммуникативная функция коммерческих предложений и рекламных материалов поставщиков.

## **Раздел 2. Управление закупками в производственных организациях**

### **Тема 3. Организационная структура управления закупками на промышленном предприятии**

Общая характеристика служб закупок предприятий. Отдел материально-технического снабжения (отдел закупок), отдел внешней кооперации и комплектации, их задачи и функции. Роль внешнеторговых подразделений в закупочной деятельности.

Внешние и внутренние факторы, определяющие формы организации, состав и структуру службы закупок. Отраслевые особенности форм организации закупок.

Внутренняя специализация службы закупок предприятия по товарному (материальному), функциональному и смешанному признакам, по рынкам закупок и группам поставщиков.

Взаимосвязи службы закупок с финансовой, сбытовой, маркетинговой, юридической службами, техническими и планово-экономическим подразделениями предприятия, бухгалтерией, производственными цехами.



Анализ, проектирование и формирование организационной структуры служб закупок предприятия.

#### **Тема 4. Планирование закупок на предприятии**

Общая характеристика плана закупок материальных ресурсов. Показатели плана закупок. Баланс материально-технического обеспечения предприятия, расходная и ресурсная части, их взаимная увязка.

Порядок разработки годового плана закупок. Составление графика разработки плана закупок и обеспечение взаимодействия службы закупок с другими подразделениями предприятия.

Предплановый анализ материально-технического обеспечения (МТО) предприятия. Анализ выполнения планов закупок по номенклатуре, объему и срокам поставки. Сравнительный анализ показателей объема закупок, отпуска и потребления материальных ресурсов с динамикой производства готовой продукции. Оценка уровня надежности материально-технического обеспечения предприятия.

Определение общей потребности предприятия в материальных ресурсах по ассортименту на плановый период в натуральных измерителях.

Планирование ожидаемых остатков на начало планового периода. Планирование переходящих запасов на конец планового периода.

Разработка плана мобилизации внутренних ресурсов предприятия. Составление и обоснование программы ресурсосбережения.

Определение общего объема закупки материальных ресурсов на плановый год в натуральных и стоимостных измерителях.

Определение потребности в финансовых ресурсах на осуществление закупки материальных ресурсов и планирование источников их поступления.

#### **Тема 5. Планирование потребности предприятия в материальных ресурсах**

Планирование потребности и эффективности использования материальных ресурсов в системе планов развития производственных организаций. Показатели МТО производства в пятилетних и годовых бизнес-планах развития организаций.

Основные направления потребления материальных ресурсов на предприятии. Анализ объемов, динамики и структуры потребления материальных ресурсов. ABC и XYZ-анализ потребляемых материальных ресурсов. Анализ ассортимента потребляемых ресурсов и его эффективности.

Характеристика методов определения потребности и критерии их выбора. Исходные данные для расчетов: номенклатура-ценник потребляемых предприятием материалов, нормы расхода материалов, показатели производственной программы, графики выпуска готовой продукции и т.д.

Метод прямого счета и его разновидности. Влияние на методику расчетов различных измерителей, применяемых при планировании производственной программы и нормировании расхода материалов. Подетальный метод определения потребности в материалах, его достоинства, недостатки и область применения. Поиздельный метод, его особенности и область применения. Расчет потребности на основе норм расхода на аналогичные изделия. Метод расчета потребности в материалах на основе типового представителя. Особенности применения метода прямого счета в химическом и литейном производствах, пищевой промышленности.

Метод динамических коэффициентов, область его применения, достоинства и недостатки.

Расчет потребности в материалах на создание и увеличение незавершенного производства.

Особенности расчета потребности в топливе, учет теплотворной способности различных видов топлива.

Расчет потребности в материалах на ремонтно-эксплуатационные нужды и капитальное строительство. Методика расчета потребности на основе физических объемов ремонтных работ. Использование условных ремонтных единиц и стоимостных показателей в расчетах потребности.

Методика расчета потребности в инструменте.

Методы планирования (прогнозирования) потребности в материальных ресурсах, ориентированные на их потребление в прошлом. Информационное обеспечение расчетов. Планирование потребности при относительно устойчивых объемах потребления с использованием простых и сглаженных средних. Планирование потребности при наличии выраженного тренда в ее изменении методами экстраполяции.

Анализ факторов потребления материалов (объемов производства, сбыта готовой продукции, прибыли, цен на материалы и др.) и построение регрессионной модели потребления. Прогноз потребности на основе регрессионной модели.

Оптимизация потребления материальных ресурсов. Использование матричной модели для расчетов потребности в материальных ресурсах. Обеспечение балансовой увязки между показателями материально-технического снабжения, производства и сбыта продукции. Расчет потребности с учетом оптимального раскроя длинномерных, листовых и рулонных материалов, оптимальной рецептуры.

## **Тема 6. Нормирование производственных запасов**

Производственные запасы как фактор и необходимое условие производственного процесса. Сущность производственных запасов, их функции и классификация. Анализ состояния производственных запасов. Факторы, влияющие на величину производственных запасов. Взаимосвязь объемов потребления, партий и интервалов поставок с величиной запасов.

Необходимость взаимоувязанного планирования потребления, закупок материальных ресурсов и создания производственных запасов.

Понятие нормы запаса. Минимальная, максимальная и средняя нормы производственных запасов, область их применения в управлении закупками на предприятии.

Методика нормирования текущего производственного запаса.

Методика нормирования страхового запаса.

Методика нормирования подготовительного запаса.

Особенности нормирования сезонных производственных запасов.

Расчет общей величины производственного запаса. Оптимизация производственных запасов.

Контроль и регулирование производственных запасов. Особенности контроля и регулирования запасов групп А, В и С. Оперативное регулирование запасов по системе “максимум-минимум”.

## **Тема 7. Маркетинговые исследования рынка закупок материальных ресурсов**

Определение внутренних и внешних источников информации о состоянии рынка закупок и возможностей ее получения. Информация о состоянии внешней среды предприятия. Внутренние источники информации о потребляемых и закупаемых материальных ресурсах.

Изучение предложения материальных ресурсов на рынке. Исследование возможностей внутреннего рынка страны с учетом реализации программ импортозамещения и возможностей удовлетворения потребности товарами белорусских производителей. Изучение целесообразности и возможностей закупки импортных товаров. Сравнение ассортимента и качественных характеристик потребляемых материальных ресурсов с товарами, предлагаемыми поставщиками. Выявление новых материалов, заменителей, более экономичных и эффективных материалов.

Изучение технических, производственных и сбытовых возможностей поставщиков и их финансового положения.

Исследование цен и ценовой политики поставщиков, систем скидок, наценок торговых организаций.

Изучение каналов закупки, их надежности, предсказуемости, экономичности.

Разработка программы и стратегий закупок материальных ресурсов. Обоснование предложений и принятие решений о закупке новых материалов.

## **Тема 8. Выбор и оценка поставщиков, формирование хозяйственных связей с ними**

Выбор формы поставок. Обоснование целесообразности закупки материальных ресурсов непосредственно у изготовителей или у посреднических торговых организаций. Анализ затрат при различных формах поставок. Методика выбора формы поставки.

Формирование портфеля предложений поставщиков. Изучение, анализ и оценка предложений поставщиков. Установление перечня поставщиков для проведения переговоров. Организация закупок на конкурсной основе.

Критерии выбора поставщиков. Методы выбора поставщиков: метод рейтинговых оценок, метод оценки затрат, метод доминирующих характеристик, метод категорий предпочтения.

Организация и методика проведения деловых переговоров с потенциальными поставщиками.

Составление заказов на материальные ресурсы и предоставление их потенциальным поставщикам. Роль потребителей в разработке проектов договоров на поставку продукции. Акцентирование внимания на существенных условиях договоров поставки. Коммерческий и правовой аспект договора поставки.

Коммерческая работа при заключении договоров с поставщиками. Согласование ассортимента материальных ресурсов, требований к качеству, объемам закупок, размеров партий и сроков поставок, цен, наценок, скидок и порядка расчетов за поставляемую продукцию.

Особенности заключения международных контрактов на поставку продукции.

## **Тема 9. Оперативное управление закупками на предприятии**

Оперативная работа по осуществлению закупок материальных ресурсов, ее содержание и значение.

Оперативно-календарное планирование закупок. Виды оперативно-календарных планов. Исходные данные для разработки оперативно-календарных планов, показатели планов и методика их разработки. Анализ своевременности, равномерности и комплектности закупок и потребления материальных ресурсов. Анализ фактических цен приобретения и планово-расчетных цен на материальные ресурсы. Анализ производственных запасов и их оборачиваемости. Анализ обеспеченности производства материальными ресурсами. Использование результатов анализа для разработки и корректировки оперативно-календарных планов закупок. Увязка планов закупок с планами материально-технического обеспечения цехов и других подразделений предприятия.

Организация завоза материальных ресурсов на предприятие. Контроль за ходом отгрузки продукции поставщиками и ее транспортировкой. Таможенное оформление грузов, поступающих по внешнеторговым контрактам.

Организация количественной и качественной приемки поступивших на предприятие материальных ресурсов.

Организация хранения материалов на предприятии, обеспечение их сохранности. Учет наличия, поступления и отпуска материальных ресурсов.

Оперативный контроль и регулирование производственных запасов. Выявление и ликвидация излишков, предупреждение ситуаций дефицита. Сверхнормативные и неликвидные производственные запасы, причины образования их и пути уменьшения.

### **Тема 10. Управление внутрипроизводственным материально-техническим обеспечением**

Содержание работы по обеспечению цехов и других подразделений предприятия материальными ресурсами.

Планирование материально-технического обеспечения цехов. Определение потребности цехов в материальных ресурсах. Планирование запасов материалов в цехах и на рабочих местах. Методика расчета лимитов цехам на материальные ресурсы.

Подготовка материалов к производственному потреблению. Организация подготовки материалов к потреблению на складах службы снабжения и в заготовительных цехах.

Организация доставки материалов в цехи. Активный и пассивный способы питания цехов материалами.

Виды применяемых при отпуске материалов документов. Порядок получения материалов по разовым требованиям, лимитным картам, групповым лимитным ведомостям, план-картам и другим документам.

Особенности управления материально-техническим снабжением в условиях непрерывного оперативно-календарного планирования и применения тянущих и толкающих микрологистических систем управления производством.

### **Раздел 3. Управление закупками товаров в оптовых организациях**

#### **Тема 11. Типы оптовых организаций, их задачи и функции в обеспечении производственных организаций материальными ресурсами**

Задачи и функции оптовых организаций в области закупок товаров. Роль оптовых организаций в обеспечении производственных и других организаций материальными ресурсами. Воздействие оптовых организаций на производителей и других поставщиков товаров. Участие оптовых организаций в развитии и совершенствовании ассортимента товаров, в создании новых видов продукции. Функции оптовых организаций в области изучения и формирования спроса на товары производственно-технического назначения, в продвижении их на рынок.

Типы оптовых организаций и их классификация. Степень посредничества оптовых организаций между изготовителями и потребителями товаров. Статус посредника и его влияние на содержание работы оптовой организации. Зависимые и независимые посредники. Сбытовые и закупочные оптовые организации. Специализированные и универсальные оптовые организации. Мелкооптовые торговые предприятия. Торговые дома. Лизинговые компании. Брокерские организации. Оптовые интернет-организации.

Организационная структура оптовой организации. Типы организационной структуры. Функциональная, товарная и смешанная организационная структура оптовой организации. Подразделения оптовой организации, выполняющие функции закупки товаров. Организация работы закупочных подразделений и менеджеров по закупкам товаров. Взаимодействие службы закупок с другими подразделениями оптовой организации.

## **Тема 12. Планирование и организация закупок товаров в оптовых организациях**

Содержание работы по планированию закупок в оптовых организациях. План товарооборота как система показателей, отражающих закупку и продажу товаров. Показатели, характеризующие ресурсы плана товарооборота и закупочную деятельность оптовой организации. Факторы, влияющие на планирование и принятие решений о закупках. Анализ товарооборота и его ресурсного обеспечения.

Изучение спроса на услуги оптовой организации по поставкам товаров потребителям и другим торговым организациям. Определение потребности обслуживаемых организаций в товарах промышленного назначения. Выявление тенденций в изменении спроса и прогнозирование его на будущий период.

Выявление источников закупки товаров. Работа с потенциальными поставщиками. Определение планового объема закупки. Планирование потребности в товарных запасах. Формирование заказов на закупку товаров.

Установление хозяйственных связей с поставщиками товаров. Виды заключаемых с поставщиками договоров. Коммерческая работа по разработке проекта договора и согласованию отдельных его разделов. Согласование скидок и наценок.

Оперативное управление закупками товаров. Организация закупок и завоза товаров. Контроль выполнения плана закупок по поставщикам, срокам и ассортименту товаров.

## **Тема 13. Управление товарными запасами в оптовых организациях**

Содержание процесса управления товарными запасами в оптовой организации. Нормирование товарных запасов как основа системы управления товарными запасами.

Виды товарных запасов и их функции. Анализ абсолютных и относительных показателей товарных запасов, оборачиваемости оборотных средств в товарных запасах. Анализ комплектности товарных запасов.

Методика нормирования текущих товарных запасов. Увязка размеров партий закупок с размерами партий отпуска товаров покупателям.

Методика нормирования подготовительных товарных запасов. Учет времени на формирование и комплектование партий отпуска товаров.

Методика нормирования страховых товарных запасов. Роль страховых запасов в повышении гарантированного обслуживания покупателей.

Методика определения общей величины товарного запаса и потребности в оборотных средствах на их создание.

Контроль и регулирования товарных запасов.

## **Раздел 4. Управление государственными закупками**

### **Тема 14. Сущность и формы государственных закупок**

Понятие государственных закупок и их место в системе управления экономикой страны. Система государственных закупок. Государственные нужды и их структура.

Управление государственными закупками на основе принципов прокьюрента: открытость и прозрачность, равенство и справедливость, эффективность, экономичность, подотчетность и ответственность, конкурентность.

Общая характеристика форм государственных закупок и их классификация. Достоинства, недостатки и область применения различных форм государственных закупок. Критерии выбора формы государственных закупок.

### **Тема 15. Организация государственных закупок**

Субъекты государственных закупок. Функции организаторов, уполномоченных организаций, заказчиков и участников в процедуре государственных закупок.

Порядок и организация проведения одноэтапных и двухэтапных открытых и закрытых конкурсов.

Порядок и организация проведения электронного аукциона.

Порядок и организация проведения закупок с использованием процедуры запроса ценовых предложений.

Порядок и организация проведения закупок с использованием процедуры оформления конкурентного листа.

Порядок и организация закупок из одного источника.

Критерии выбора поставщиков. Положение о порядке выбора поставщика (подрядчика, исполнителя) при осуществлении государственных закупок на территории Республики Беларусь.

Методы выбора поставщиков и область их применения. Метод балльной оценки конкурсных предложений. Метод ценовой оценки конкурсных предложений.

## **Раздел 5. Оценка эффективности закупочной деятельности**

### **Тема 16. Методические подходы оценки эффективности закупочной деятельности и ее влияния на экономику предприятия**

Исследование влияния закупочной деятельности на экономику предприятия. Значение управленческого учета и анализа для выявления эффективности закупочной деятельности.

Показатели эффективности закупочной деятельности. Материально-техническое снабжение как фактор повышения прибыли предприятия. Методика выявления суммы прибыли, получаемой за счет повышения качества закупок. Рентабельность затрат на закупку.

Влияние закупочной деятельности на решение маркетинговых задач и выполнение заказов покупателей, на объем производства и сбыт продукции, на инновационную и инвестиционную деятельность предприятия.

Влияние закупочной деятельности на себестоимость продукции. Показатели материалоемкости продукции и их использование для оценки эффективности закупочной деятельности.

Влияние закупочной деятельности на оборачиваемость оборотных средств. Использование показателей эффективности оборотных средств для оценки закупочной деятельности.

Влияние закупочной деятельности на использование основных средств предприятия. Показатели эффективности использования складского хозяйства службы закупок.

### **Тема 17. Издержки закупочной деятельности и пути их снижения**

Показатели затрат на закупку материальных ресурсов, их доставку, хранение и на материально-техническое обеспечение цехов и других подразделений предприятия. Абсолютные и относительные показатели издержек снабжения.

Анализ общей суммы затрат на закупку и их динамики. Корреляционно-регрессионный анализ суммы издержек снабжения, показателей объема закупок и потребления материальных ресурсов, объемов производства готовой продукции.



Изучение структуры издержек снабжения и выявление путей их снижения. Анализ транспортно-заготовительных расходов. Анализ издержек хранения и потерь материальных ресурсов. Изучение затрат на подготовку материальных ресурсов к производственному потреблению. Анализ затрат на доставку материальных ресурсов со складов службы закупок на рабочие места.

Анализ показателей уровня издержек снабжения. Выявление издержкостности закупок по товарным группам и определение путей ее снижения.

## **ТРЕБОВАНИЯ К КУРСОВОЙ РАБОТЕ**

Целью выполнения курсовой работы является углубление и закрепление теоретических знаний у студентов в области управления закупками, овладение навыками исследования конкретного опыта управления закупками в производственных и торговых организациях.

Курсовые работы могут выполняться на примере:

- промышленных предприятий всех форм собственности;
- предприятий оптовой торговли;
- государственных учреждений и организаций.

При выполнении курсовой работы студент обязан:

1) показать умение анализировать специальную литературу, оценивать различные точки зрения авторов, формулировать собственные определения и их аргументацию;

2) проявить умения и навыки сбора, систематизации и обобщения фактического материала, разрабатывать аналитические таблицы, графики и диаграммы, анализа и оценки существующей практики управления рекламой;

3) давать оценку полученных результатов в ходе исследования, разрабатывать обоснованные рекомендации по совершенствованию управления закупками;

4) выработать умения формулировать суждения и выводы, логически последовательно и доказательно их излагать.

Студент по согласованию с руководителем имеет право выбрать тему курсовой работы, не указанную в перечне. Тема может быть несколько изменена с учетом пожеланий студента. Весьма актуально, чтобы курсовая работа выполнялась по заказу предприятия. Согласованная тема и план курсовой работы подписывается руководителем и студентом, а затем представляются вместе с готовой работой на кафедру.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА**  
**учебной дисциплины «Управление закупками»**  
**(дневная форма получения высшего образования)**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Р-I</b>	<b>Теория и методология управления закупками</b>	<b>4</b>	<b>2</b>					
1	Предмет, задачи и методология изучения дисциплины	2	1				[1-4, 7 11-14]	
2	Маркетинговое управление закупочной деятельностью	2	1				[2-5, 7 10-15]	
<b>Р-II</b>	<b>Управление закупками в производственных организациях</b>	<b>22</b>	<b>20</b>					
3	Организационная структура управления закупками на промышленном предприятии	2	2				[12-14, 17]	
4	Планирование закупок на предприятии	2	2				[2-4, 7, 10-14]	Контрольная работа
5	Планирование потребности предприятия в материальных ресурсах	4	4				[4,5,7, 11-14]	Контрольная работа
6	Нормирование производственных запасов	4	4				[4-7, 11-17]	
7	Маркетинговые исследования рынка закупок материальных ресурсов	2	2				[2,4,7, 11-14]	
8	Выбор и оценка поставщиков. формирование хозяйственных связей с ними	4	2				[2,4,7, 11-14]	
9	Оперативное управление закупками на предприятии	2	2				[4-6, 11-17]	

1	2	3	4	5	6	7	8	9
10	Управление внутрипроизводственным материально-техническим обеспечением	2	2				[4-6, 11-17]	
<b>P-III</b>	<b>Управление закупками в оптовых организациях</b>	<b>6</b>	<b>4</b>					
11	Типы оптовых организаций, их задачи и функции, роль в обеспечении производственных организаций материальными ресурсами	2	1				[1-4, 9 13-14]	
12	Планирование и организация закупок товаров в оптовых организациях	2	1				[1-4, 9 13-14]	
13	Управление товарными запасами в оптовых организациях	2	2				[1-5, 9 13-17]	Контрольная работа
<b>P-IV</b>	<b>Управление государственными закупками</b>	<b>6</b>	<b>2</b>					
14	Сущность и формы государственных закупок	2	1				[1-4, 9-13, 17]	
15	Организация государственных закупок	4	1				[1-4, 9-13, 17]	
<b>P-V</b>	<b>Оценка эффективности закупочной деятельности</b>	<b>4</b>	<b>2</b>					
16	Методические подходы оценки эффективности закупочной деятельности и ее влияния на экономику предприятия	2	1				[1-4, 10-14, 17]	
17	Издержки закупочной деятельности и пути их снижения	2	1				[1-4, 10-14, 17]	Контрольная работа
	<b>ВСЕГО</b>	<b>42</b>	<b>30</b>					Курсовая работа, экзамен

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА**  
**учебной дисциплины «Управление закупками»**

(заочная форма получения высшего образования - сокращенный срок обучения)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Р-I</b>	<b>Теория и методология управления закупками</b>	<b>1</b>						
1	Предмет, задачи и методология изучения дисциплины	0,5					{1-4, 7 11-14}	
2	Маркетинговое управление закупочной деятельностью	0,5					{2-5, 7 10-15}	
<b>Р-II</b>	<b>Управление закупками в производственных организациях</b>	<b>5</b>	<b>4</b>					
3	Организационная структура управления закупками на промышленном предприятии	0,5					{12-14, 17}	
4	Планирование закупок на предприятии	0,5	1				{2-4, 7, 10-14}	
5	Планирование потребности предприятия в материальных ресурсах	1	1				{4,5,7, 11-14}	
6	Нормирование производственных запасов	1	1				{4-7, 11-17}	
7	Маркетинговые исследования рынка закупок материальных ресурсов	0,5					{2,4,7, 11-14}	
8	Выбор и оценка поставщиков, формирование хозяйственных связей с ними	0,5					{2,4,7, 11-14}	
9	Оперативное управление закупками на предприятии	0,5					{4-6, 11-17}	
10	Управление внутрипроизводственным материально-техническим обеспечением	0,5	1				{4-6, 11-17}	

1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>P-III</b>	<b>Управление закупками в оптовых организациях</b>	<b>2</b>						
11	Типы оптовых организаций, их задачи и функции, роль в обеспечении производственных организаций материальными ресурсами	0,5					[1-4, 9 13-14]	
12	Планирование и организация закупок товаров в оптовых организациях	0,5					[1-4, 9 13-14]	
13	Управление товарными запасами в оптовых организациях	1					[1-5, 9 13-17]	
<b>P-IV</b>	<b>Управление государственными закупками</b>	<b>1</b>						
14	Сущность и формы государственных закупок	0,5					[1-4, 9-13, 17]	
15	Организация государственных закупок	0,5					[1-4, 9-13, 17]	
<b>P-V</b>	<b>Оценка эффективности закупочной деятельности</b>	<b>1</b>	<b>2</b>					
16	Методические подходы оценки эффективности закупочной деятельности и ее влияния на экономику предприятия	0,5	1				[1-4, 10-14, 17]	
17	Издержки закупочной деятельности и пути их снижения	0,5	1				[1-4, 10-14, 17]	
	<b>ВСЕГО</b>	<b>10</b>	<b>6</b>					Курсо- вая работа, экзамен

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Управление закупками»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие. Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (контрольные и курсовые работы и т.п.);
- подготовка к экзамену.

### Нормативные и законодательные акты

1. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь: Закон Респ. Беларусь 8 января 2014 г. № 128-3// Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс],- Режим доступа: <http://pravo.by>.

2. О государственных закупках товаров (работ, услуг): Закон Республики Беларусь от 13.07.2012 № 419-3 // Эталон Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь, Минск, 2014.— Режим доступа : <http://etalonline.by>.

3. О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь № 72 от 25.02.2011 г.// Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – № 26 от 03.03.2011 г.

4. Положение о поставках товаров в Республике Беларусь: утв. постановлением Кабинета Министров Республики Беларусь, № 444 от 08.06.1996 г. // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2000. – № 55. – 15/3320.

## Литература

### Основная:

5. Верниковская, О. В. Закупочная логистика : учебно-методическое пособие для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по специальности высшего образования 1-26 02 05 "Логистика" / О. В. Верниковская. - Минск : Экоперспектива, 2020. - 116 с. : ил.

6. Логистика и управление цепями поставок : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Логистика" / [О. В. Ерчак и др.] ; под ред. И. И. Полецук, О. В. Ерчак. - Минск : БГЭУ, 2019. - 396, [1] с. : ил.

7. Протасеня, В. С. Маркетинг в сфере закупок : пособие / В. С. Протасеня ; М-во образования Респ. Беларусь, Белорусский гос. экон. ун-т. - Минск : БГЭУ, 2016. - 201, [1] с. : ил.

### Дополнительная:

8. Акулич, И. Л. Основы маркетинга / И. Л. Акулич, И. З. Герчиков. - Минск : А.Н. Вараксин, 2017. - 412 с. : ил.

9. Бурдаева Е. С. Коммерческие закупки: взгляд изнутри / Е. С. Бурдаева. – СПб. [и др.] : Питер, 2008. - 335 с.

10. Гладиллина, И.П. Совершенствование закупочной деятельности в условиях цифровой экономики на основе управления рисками: монография / И.П. Гладиллина, Е.В. Строганова. – Москва: РУСАЙНС, 2020. – 106с.

11. Журавлев, В. А. Управление закупками и снабжением на предприятии : конспект лекций / В. А. Журавлев, А. Н. Сасвец. - Минск : ТетраСистемс, 2012. - 144 с.

12. Материально-техническое снабжение : учебное пособие для вузов по спец. "Коммерч. деятельность", "Маркетинг", "Менеджмент" / [И. М. Баско и др.] ; под ред. Л. М. Михневича. - Мн. : БГЭУ, 2002. - 182 с.

13. Ромина, А. Г. Коммерческая деятельность : учебное пособие для студентов высших учебных заведений по спец. "Коммерческая деятельность", "Товароведение и экспертиза товаров" / А. Г. Ромина. - Минск : БГЭУ, 2009. - 316, [1] с. : табл.

14. Снабженческо-сбытовая деятельность : учебное пособие для учащихся проф.-тех. учеб. заведений по спец. "Коммерческая деятельность" / Т. Н. Байбардина [и др.]. - Минск : Техноперспектива, 2004. - 318, [1] с.

15. Управление запасами в цепях поставок : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям : [в 2 ч.]. – Ч. 1 / [В. С. Лукинский и др.] ; под общ. ред. В. С. Лукинского ; Нац. исслед. ун-т "Высш. шк. экономики". – М. : Юрайт, 2017. - 306, [1] с. : ил. - (Бакалавр и магистр. Академический курс).

16. Управление запасами в цепях поставок : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : для студентов высших учебных заведений,

обучающихся по экономическим направлениям : [в 2 ч.]. – Ч. 2 / [В. С. Лукинский и др.] ; под общ. ред. В. С. Лукинского ; Нац. исслед. ун-т "Высш. шк. экономики". – М. : Юрайт, 2017. - 283 с. : ил. - (Бакалавр и магистр. Академический курс).

17. Управление закупками на предприятии : практикум / [О. И. Карпеко и др.]. - Минск : БГЭУ, 2008. - 287 с.

## **ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КУРСА**

1. Программное обеспечение, разработанное профессором кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций Л.М. Михневичем

1.1. REG45 - Анализ и прогнозирование методом подбора элементарных функций

1.2. REG46 - Анализ и прогнозирование методом множественной регрессии

1.3. EXPOW - Прогнозирование методом экспоненциального сглаживания

1.4. PAR47 - Анализ и прогнозирование методом параболического сглаживания временных рядов

1.5. MOD43 - Имитационное моделирование движения товаров

1.6. COMP41 - Анализ главных компонент и регрессия на главных компонентах

1.7. SDM41 - Прогнозирование с помощью многомерных моделей методом сингулярного разложения матриц

2. Программное обеспечение сторонних разработчиков

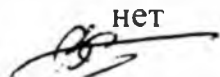
2.1. Microsoft Office Excel – табличный процессор со встроенными возможностями анализа и прогнозирования

2.2. STATISTICA – система комплексного анализа данных

2.3. Forecasting Expert Sales System – построение прогнозов продаж с помощью моделей односерийных и многосерийных рядов



## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола) <sup>1</sup>
1.Маркетинг	кафедра маркетинга	нет 	протокол № 9 от 25 марта 2021г.

<sup>1</sup> При наличии предложений об изменениях в содержании учебной программы УВО.

# ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на \_\_\_\_ / \_\_\_\_ учебный год

№ п/ п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
\_\_\_\_\_ (название кафедры) (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ (ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета

\_\_\_\_\_ (ученая степень, ученое звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (И.О.Фамилия)