

KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

NABAVA

2. SPLOŠNI CILJI PREDMETA

Splošni cilji predmeta so:

- razviti odgovornost za samostojno, načrtno in organizirano delovanje na področju nabave;
- spremljanje dogajanja in novosti na strokovnem področju;
- razvijanje lastne pozitivne naravnosti do (inovativnih) sprememb in podjetnega razmišljanja;
- pridobivanje znanja na področju nabave in prenos znanja v prakso;
- sprejemanje poslovnih odločitev.

Specifično strokovno usmerjeni cilji so:

- poznati temeljne značilnosti nabavnega poslovanja;
- poznati in izvajati različne strategije nabave;
- obvladovati nabavni proces;
- razlikovati posebna področja nabave;
- učinkovito upravljati z zalogami;
- poznati elektronske izmenjave podatkov v nabavnem poslovanju.

3. PREDMETNO SPECIFIČNE KOMPETENCE

Pri predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo še naslednje kompetence:

1. načrtovanje in organiziranje nabavne dejavnosti za nemoten poslovni proces;
2. uporabljanje poglobljenih znanj za oblikovanje strategije nabave in družbeno odgovorno ravnanje;
3. izbiranje najustrežnejšega dobavitelja in izpeljava nabavnega posla ter vzdrževanje korektnih odnosov z dobavitelji;
4. izvajanje nabave v skladu z dejavnostjo in specifikami podjetja;
5. pripravljanje podlag za učinkovito upravljanje z zalogami;
6. uporabljanje elektronske izmenjave podatkov v nabavnem procesu.

4. OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
1. Načrtovanje in organiziranje nabavne dejavnosti za nemoten poslovni proces	
<ul style="list-style-type: none"> • razloži temeljne pojme nabavnega procesa; • razume pomen, vlogo in cilje nabave; • argumentira organiziranost nabavne funkcije in položaj nabave v organizacijski strukturi podjetja; • razume pristojnosti in odgovornosti pri odločanju o nabavi. 	<ul style="list-style-type: none"> • določa bistvene sestavine nabavnega posla; • išče ponudbe in jih analizira; • izdelava notranjo organizacijsko strukturo nabave; • sodeluje z drugimi sektorji v podjetju; • kontrolira uspešnost nabavnega oddelka.
2. Uporabljanje poglobljenih znanj za oblikovanje strategije nabave in družbeno odgovorno ravnanje	
<ul style="list-style-type: none"> • razloži strategije iskanja virov (dobaviteljev); • utemelji strategije načrtovanja časa nabave; • razume pomen potrebnega števila dobaviteljev; • razloži strategijo nabave glede na življenjski cikel izdelka; • utemelji vlogo in pomen vključevanja varstva okolja v strategijo nabave; • argumentira, kako s trajnostno poslovnimi strategijami in trajnostnimi poslovnimi modeli ustvarjati in ohranjati konkurenčno prednost podjetja. 	<ul style="list-style-type: none"> • oblikuje strategije nabave; • načrtuje strategijo iskanja virov (dobaviteljev) na različnih ravneh; • izdelava strategijo nabave glede na življenjski cikel izdelka; • spremlja najnovejše pristope, metode in tehnike dela na področju nabave; • razvija odgovoren odnos do okolja in narave.
3. Izbiranje najustrežnejšega dobavitelja in izpeljava nabavnega posla ter vzdrževanje korektnih odnosov z dobavitelji	
<ul style="list-style-type: none"> • razloži elemente nabavnega procesa; • utemelji kriterije za izbiro dobaviteljev; • razloži vodenje poslovnega razgovora s potencialnim dobaviteljem; • razloži postopek sklenitve pogodbe; • razume nabavni proces; • razloži postopek raziskave nabavnega trga; • argumentira pomen raziskave nabavnega trga; • razume človeške zmožnosti in vpliv managementa nabave na uspešnost podjetja. 	<ul style="list-style-type: none"> • pripravi različne kriterije za vrednotenje dobaviteljev in izbere ustreznega dobavitelja; • sklene nabavno pogodbo; • ugotavlja nabavne potrebe, izdelava specifikacijo naročila in operativno izvede nabavo; • spremlja naročilo; • načrtuje prevzem in kontrolo blaga; • načrtuje obiske pri dobaviteljih in organizira delovna srečanja z njimi; • gradi partnerski odnos z dobavitelji; • izvede raziskavo konkretnega nabavnega trga; • analizira podatke in informacije pridobljene v raziskavi nabavnega trga za sprejemanje poslovnih odločitev;

	<ul style="list-style-type: none"> • analizira uspešnost managementa nabave; • ugotavlja povezavo med uspešnostjo nabave in uspešnostjo podjetja.
4. Izvajanje nabave v skladu z dejavnostjo in specifikami podjetja	
<ul style="list-style-type: none"> • razloži vlogo in pomen nabave v trgovskih podjetjih; • argumentira posebnosti nabave v storitvenih organizacijah; • argumentira posebnosti nabave v proizvodnih podjetjih; • razloži pojem javnih naročil in potek javnega naročanja po zakonu o javnih naročilih. 	<ul style="list-style-type: none"> • spremlja in analizira trg dobaviteljev trgovskega blaga; • oceni in določi nabor dobaviteljev; • izdelava načrt za nabavo trgovskega blaga; • upravlja z blagovnimi znamkami; • razišče vlogo trgovske blagovne znamke pri nabavi v trgovini; • pripravi načrt racionalizacije nabavnega poslovanja; • razišče poti za izboljšanje nabavnega poslovanja v storitvenih organizacijah; • ovrednoti kriterij storitve in razišče možnost izboljšanja storitve skozi nabavne postopke; • sprejema odločitve o kakovosti materiala; • izdelava načrt za nabavo materiala za proizvodnjo; • načrtuje potek javnega naročila; • pripravi razpisno dokumentacijo; • analizira merila za vrednotenje ponudb;
5. Pripravljanje podlag za učinkovito upravljanje z zalogami	
<ul style="list-style-type: none"> • razloži vrste zalog; • razume kazalce obračanja zalog; • utemelji prednosti in slabosti upravljanja zalog po sistemu »just in time«; • pojasni vlogo nabave pri obvladovanju zalog. 	<ul style="list-style-type: none"> • vrednoti zaloge po različnih metodah; • izračuna optimalno zalogo z vidika potreb prodaje in vidika stroškov skladiščenja; • oceni, kako vpliva koeficient obračanja zalog na poslovne rezultate podjetja.
6. Uporabljanje elektronske izmenjave podatkov v nabavnem procesu	
<ul style="list-style-type: none"> • razloži elektronsko izmenjavo podatkov v nabavnem poslovanju. 	<ul style="list-style-type: none"> • razišče uveljavljene oblike elektronskega poslovanja na trgu; • izbere in uporabi sodobne komunikacijske tehnologije v nabavi; • uporabi elektronsko poslovanje med kupcem in dobaviteljem.

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur: 60 (30 ur predavanj, 30 ur seminarских vaj, 0 ur laboratorijskih vaj).
Število ur samostojnega dela študenta: 60 (študij literature in gradiv, študij primerov in reševanje praktičnih nalog).