

Vak: Inkoop

credits: 2

Vakcode	MRVP6INK
Naam	Inkoop
Studiejaar	2020-2021
ECTS credits	2
Taal	Nederlands
Coördinator	-

Werkvormen	Onderwijs
Toetsen	Inkoop - Computer, organisatie tentamenbureau

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten:

LO1: De student kan belangrijke aspecten van een inkoopstrategie en inkoopportfolio benoemen

LO2: De student kan het tactische en operationeel inkoopproces en onderliggende activiteiten en aspecten per processtap benoemen

LO3: De student kan voor een simpele gestructureerde casus een inkoopportfolio opstellen..

LO4: De student kan voor een simpele gestruct.casus een vendor rating opstellen

LO5: De student kan voor een simpele en gestruct. casus een inkoopspecificatie en bijbehorende selectiecrit. opstellen

LO6: De student kan voor een simpele en gestruct. casus het DuPont schema toepassen en de invloed van inkoop op de ROI bepalen.

LO7: De student kan voor een simpele gestruct. casus een spend-analyse toepassen

LO8: De student kan voor een simpele en gestruct. casus een inkoopspecificatie en bijbehorende selectiecrit. opstellen

PLU's:

PLU5: De BKM'er adviseert vanuit een ondernemende en creatieve houding strategische alternatieven en innovatieve oplossingen voor problemen van organisaties ter verbetering en vernieuwing van hun bedrijfsprocessen.

PLU6: De BKM'er initieert en begeleidt vanuit een integrale en op draagvlak gerichte aanpak veranderingsprocessen binnen organisaties en evalueert ingezette interventies op hun effectiviteit voor de organisatie.

Inhoud

Achtergrond vakgebied

Supply Chain management beoogt door het verbeteren van processen en samenwerking met leveranciers en afnemers een onderneming en haar keten zo effectief en efficiënt mogelijk te laten draaien. In hoofdlijnen zijn er twee pijlers te onderkennen van het vakgebied binnen de Hanzehogeschool Bedrijfskunde. Ten eerste geeft het studenten concreet handvatten om functies die zich in het primaire proces (van inkoop t/m uitlevering producten/diensten) van de onderneming bevinden goed te kunnen vervullen. Naast deze 'kernfunctie' biedt het vakgebied ook veel bruikbare kennis en tools voor het optimaliseren van (operationele) processen binnen alle bedrijfsprocessen. Zowel op het gebied van procesbeschrijving, procesanalyse als procesontwerp.

Afbakening voor 1.2 Inkoop

De eerste stap in het primaire proces van bedrijven is de inkoop van goederen en/of diensten.

Bij 'inkoop'; gaat het in eerste instantie om het aankopen van grondstoffen, goederen of diensten om die weer aan klanten door te verkopen of als grondstof te gebruiken in de vorm van een eigen product of dienst. Maar ook het kopen van producten en diensten voor eigen gebruik binnen het bedrijf valt ook onder de inkoopfunctie. Bedrijven kopen over het algemeen veel verschillende producten en diensten in. Inkoop gaat niet alleen om bijvoorbeeld grondstoffen, kantoorbenodigdheden of computers. Onder inkoop valt ook het aannemen van tijdelijk personeel als zzp'ers of als uitzendkrachten. Inkoop gaat over alles waar een factuur tegenover staat.

Bij *private* organisaties is inkoop wezenlijk voor het bereiken van concurrentievoordeel: ook het MKB realiseert zich dit de laatste jaren in toenemende mate. De vraag naar inkopers op tactisch en strategisch niveau is daardoor sterk gegroeid in het bedrijfsleven. In de *publieke* sector staat inkoop ook volop in de belangstelling. Als de overheid goederen of diensten afneemt van een bedrijf, gelden steeds vaker de Europese aanbestedingsrichtlijnen, een 'dynamisch onderdeel van de Inkoop met soms complexe inhoud'. Gevolg is dat de overheid een groeiende behoefte heeft aan 'young professionals' met inkoopkennis

Inkoop draagt bij aan het bereiken van organisatiedoelstellingen, er kunnen keuzes worden gemaakt die verschil maken voor het ROI (rendement op geïnvesteerd vermogen) van organisaties, of verschil maken voor andere doelstellingen. Dit maakt Inkoop een 'management tool'. Grote organisaties beschouwen inkoop dan ook als een belangrijk strategisch aspect van de bedrijfsvoering. Inkoop richt zich tegenwoordig vooral op de toegevoegde waarde in de Supply Chain: het creëren van klantwaarde samen met één of meer toeleveranciers.

Opgenomen in opleiding(en)

Bedrijfskunde

School(s)

Instituut voor Bedrijfskunde

