

CORSO BASE ACQUISTI

Percorso formativo alla scoperta della Professione del Buyer

L1

Acquistare oggi significa molto di più che soddisfare le esigenze degli enti richiedenti. Infatti il “fai da te” non è più sufficiente. Spendere bene i soldi dell’azienda implica la conoscenza della mission aziendale e dei diversi modelli di business, l’oculata gestione dei processi e l’attenta analisi dei mercati di fornitura. Il Corso Base Acquisti offre una rassegna sintetica ed efficace di queste conoscenze e degli strumenti da utilizzare per gestire in modo professionale i processi d’acquisto nelle aziende sia industriali, sia del terziario.

Metodologia: Didattica e contenuti di ciascun modulo delle giornate di studio assicureranno la trasferibilità dei concetti esposti in aula, anche attraverso il ricorso ad esemplificazioni e ad un costante dialogo coi docenti. **Il nuovo programma è stato aggiornato per rispondere alle nuove esigenze delle aziende con lo scopo principale di affrontare le criticità operative delle attività dei buyer.** È stata introdotta la metodologia della presentazione e della discussione di un caso aziendale che consentirà ai partecipanti di ritrovare e sperimentare nella pratica i temi trattati nei vari moduli.

Corpo Docente: Manager esperti degli acquisti e Consulenti d’impresa che hanno sperimentato sul campo i processi e i modelli di business esposti in aula.

OBIETTIVI

Il percorso formativo fornisce un quadro sintetico e concreto delle competenze e degli obiettivi della funzione acquisti e presenta le metodologie utilizzate per la loro realizzazione. Esso evidenzia altresì la trasversalità dei processi d’acquisto e la necessità di un costante dialogo con l’ente richiedente al fine di minimizzare costi e tempi operativi. I temi proposti spaziano dalle nozioni fondamentali della gestione acquisti, come le basi dell’economia, della negoziazione e della gestione materiali, fino ai più moderni strumenti IT a supporto delle attività d’acquisto, senza dimenticare temi fondamentali come gli aspetti legali e l’assicurazione qualità per una gestione professionale del proprio ruolo.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

MODULO 1

ACQUISTI E SUPPLY MANAGEMENT

- Comprare oggi: spendere bene i soldi dell’azienda
- Evoluzione della funzione:
 - dall’ordinificio al category management
 - dalla transazione commerciale all’integrazione collaborativa
- Le macrovariabili del processo d’acquisto e il loro collegamento
- Competenze dirette e competenze condivise con altre funzioni

- Illustrazione caratteristiche materiali diretti/indiretti, beni/servizi
- Il processo d'acquisto standard e la sua trasversalità:
 - fasi del processo a valore aggiunto
 - integrazione con l'ente richiedente e con i fornitori primari
- La Matrice di Kraljic per la classificazione degli acquisti
- Introduzione di un caso aziendale sul quale mettere in pratica i concetti appresi:
 - descrizione del contesto nel quale opera l'azienda
 - esercitazione di predisposizione Matrice di Kraljic
 - esame delle caratteristiche delle varie categorie e delle specificità del processo d'acquisto
- Politiche d'acquisto correlate alla criticità del bene e alla complessità del mercato dell'offerta.

L'A,B,C DELL'ECONOMIA E DELLA FINANZA PER IL COMPRATORE

- La struttura e le caratteristiche di base dei mercati di fornitura
- Economie di mercato ed economie emergenti: vantaggi, rischi e controindicazioni
- I concetti di valore, prezzo e costo
- Il budget d'impresa e il budget acquisti come linee guida per gli obiettivi della funzione.

MODULO 2

MARKETING D'ACQUISTO

- Il marketing d'acquisto: cos'è, a cosa serve e quando si applica
- L'interfunzionalità del marketing d'acquisto

- Strutturazione del processo di marketing
- Il marketing d'acquisto e lo sviluppo di nuovi prodotti e nuovi servizi
- Marketing d'acquisto e matrice di Kraljic.

VALUTARE I FORNITORI E LE FORNITURE

- Evoluzione della gestione dell'Albo Fornitori e del Rating Fornitore:
 - dalla valutazione ai fini ISO, alla valutazione globale del fornitore e delle forniture
 - la valutazione globale del fornitore: tecnica, qualitativa ed economico/finanziaria
- Esercitazione di preparazione alla trattativa:
 - esame del grado di dipendenza dal/del fornitore
 - esame della sua solidità finanziaria
 - predisposizione richieste

MODULO 3

I FONDAMENTALI DELLA NEGOZIAZIONE

- Introduzione alla negoziazione
- Correlazione tra negoziazione e processo d'acquisto
- Leverage committenza fornitore visto attraverso la matrice di Kraljic
- Preparazione della negoziazione: tra strategia e tattica
- Affinamento delle strategie e tattiche negoziali
- Messa a punto della griglia negoziale e della trattativa
- Negoziazione antagonistica e collaborativa (win-lose e win-win negotiation).

INFORMATION TECHNOLOGY E GESTIONE DEGLI ACQUISTI

- ICT come supporto e cultura di base dell'azienda
- Il sistema informativo aziendale
- I sistemi ERP
- e-procurement
- e-sourcing e aste elettroniche

MODULO 4

ASPETTI LEGALI DEGLI ACQUISTI

- Contratto ed elementi essenziali del contratto:
 - autonomia contrattuale, forma e responsabilità precontrattuale
 - proposta e accettazione: come si forma il contratto
- I tipi di contratto più utilizzati in azienda (compravendita, appalto, trasporto...): loro caratteristiche salienti
- Documenti contrattuali (ordini chiusi, ordini aperti, contratti quadro...): caratteristiche e campi di utilizzo
- Le condizioni generali di acquisto e le condizioni speciali
- Passaggio di proprietà e trasferimento dei rischi

GESTIONE MATERIALI E LOGISTICA

- Punti di contatto fra attività di acquisto e logistica
- I magazzini come luogo di spedizione e di ricezione delle merci: comprenderli per migliorare l'attività d'acquisto

(tipologie, attività e costi)

- Cenni sulle principali modalità di trasporto:
 - tipologie di operatori
 - documenti di trasporto e modalità di resa nazionali ed internazionali
- (Incoterms 2010)
- Gli imballaggi
- Origine del Fabbisogno (distinte base, MRP, RDA), lotti di acquisto e rotazione delle scorte
- Il ciclo documentale degli Acquisti e i passaggi di informazioni fra le varie funzioni coinvolte nel processo d'acquisto

DURATA

4 giornate

EDIZIONI

- Milano 07-08-14-15 marzo 2019
- San Miniato 12-13-19-20 marzo 2019
- Bari 2-3-9-10 aprile 2019
- Torino 02-03-09-12 aprile 2019
- Bologna 07-08-14-15 maggio 2019
- Roma 22-23-29-30 maggio 2019
- Padova 23 Maggio e 24-30-31 maggio 2019
- Milano 28-29 maggio e 04-05 giugno 2019
- Milano 17-18-24-25 settembre 2019
- Torino 08-09-15-16 ottobre 2019
- Bologna 22-23-29-30 ottobre 2019
- Padova 14-15-21-22 novembre 2019
- Milano 19-20-26-27 novembre 2019
- Bologna 05-06-12-13 gennaio 2020
- Milano 11-12-18-19 febbraio 2020
- Firenze 20-21-27-28 febbraio 2020
- on line 24-25-31 marzo e 01 aprile 2020
- on line 23-25-31 marzo e 7 aprile 2020
- on line 21-22-28-29 aprile 2020
- on line 13-18-20-25-29 maggio/04-05-09 giugno 2020 - corso on line
- on line 02-03-08-13-15-16-20-23 luglio 2020
- on line 15-16-22-23 settembre 2020
- on line 06-07-13-14 ottobre 2020
- on line 27-28 ottobre e 03-04 novembre 2020
- on line 17-18-23-24 novembre 2020
- on line 19-20-26-27 novembre 2020
- on line 16-17-23-24 febbraio 2021
- on line 23-24 marzo e 07-08 aprile 2021
- on line 5-6-12-13 maggio 2021
- on line 23-24-30 giugno e 01 luglio 2021
- On-Line e/o Milano (Via Imperia 2) 14-15-21-22 settembre 2021
- Torino 12-13-19-20 ottobre 2021
- Bologna 20-21-27-28 ottobre 2021
- On-Line e/o Milano (Via Imperia 2) 16-17-23-24 novembre 2021
- Padova 24-25 novembre/01-02 dicembre 2021