

CORSO BASE ACQUISTI

Percorso formativo associabile all'Attestazione Q2P Adaci di livello basico L1

Acquistare oggi significa molto di più che soddisfare le esigenze degli enti richiedenti. Il "fai da te" o lo "spontaneismo organizzativo" non sono infatti più sufficienti. 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.

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 spazieranno 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.

Metodologia: Didattica e contenuto 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 tipo che consentirà ai partecipanti di ritrovare e sperimentare nella pratica i temi toccati 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.

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 visti 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 antagonista 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

- San Miniato 6-7-13-14 febbraio
- Milano 20-21-27-28 febbraio
- Padova 15-16-22-23 marzo
- Roma 5-6-12-13 aprile
- Bologna 2-4-8-10 maggio
- Torino 3-10-17-24 maggio
- Milano 19-20-26-27 giugno
- Milano 18-19-25-26 settembre
- Bari 1-2-8-9 ottobre 2018
- Torino 4-11-18-25 ottobre
- Bologna 9-11-16-18 ottobre
- Padova 7-9-15-16 novembre
- Milano 13-14-20-21 novembre
- On-Line e/o Milano (Via Imperia 2) 19-20-26-27 Marzo 2025