

Professione Buyer – Il percorso formativo

L1

ABSTRACT

Attualità di una preparazione di base sugli acquisti

Acquistare oggi significa molto di più che soddisfare le esigenze degli enti richiedenti, l'attività infatti 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 industriali manifatturiere e di trasformazione, delle imprese dell'engineering e dell'impiantistica, delle società del terziario e dei servizi e degli enti pubblici.

Un percorso trasversale, completo e approfondito

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, sino 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.

Una didattica articolata e ricca di esercitazioni

Didattica e contenuti di ciascun modulo assicureranno la trasferibilità dei concetti esposti in aula, anche attraverso il ricorso ad esemplificazioni e ad un costante dialogo coi docenti. Il 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.

OBIETTIVI

- Trasmettere la consapevolezza della crescente importanza della professione del buyer
- Offrire un corredo di informazioni e di strumenti utili a rendere più efficace l'azione quotidiana del buyer
- Divulgare le conoscenze chiave di tutti gli ambiti dell'operatività di una funzione acquisti

DESTINATARI

- Neo Buyer (per il primo inserimento professionale in aziende di ogni dimensione appartenenti a tutti i settori di attività economica)
- Buyer già attivi che non abbiano frequentato corsi di formazione specifici sugli acquisti (per ricevere una informazione sistematica sugli elementi chiave della professione)
- Risorse operative in unità di business ed enti interni che abbiano l'incarico di provvedere all'acquisto di beni e servizi (per la conoscenza dei fondamenti del processo degli acquisti)
- Risorse junior dei dipartimenti di Project Management (per approfondire le logiche dell'acquisto di beni e servizi)
- Risorse junior degli uffici Qualità Fornitori e Forniture (per conoscere le dinamiche di base degli acquisti e della logistica)

AGENDA

MODULO 1

1. Acquisti e supply management

- a) Evoluzione della funzione
- b) Le macrovariabili del processo d'acquisto
- c) Competenze dirette e competenze condivise
- d) Materiali diretti/indiretti, beni/servizi
- e) Il processo d'acquisto e la sua trasversalità:
 - fasi del processo a valore aggiunto
 - integrazione con l'ente richiedente e con i fornitori primari
 - elementi di etica (nella relazione con i fornitori e con gli stakeholder)

2. La matrice di Kraljic

- a) La Matrice di Kraljic per la classificazione degli acquisti
- b) Politiche d'acquisto correlate alla criticità del bene/servizio e alla complessità del mercato dell'offerta.

3. L'A.B.C dell'economia e della finanza per il buyer

- a) La struttura dei mercati di fornitura
- b) Economie di mercato ed economie emergenti: vantaggi, rischi e controindicazioni
- c) I concetti di valore, prezzo e costo
- d) Il budget d'impresa e il budget acquisti.

ESERCITAZIONE:

- Discussione di un caso aziendale sul quale mettere in pratica i concetti appresi:
- a) descrizione del contesto nel quale opera l'azienda
 - b) esercitazione di predisposizione Matrice di Kraljic
 - c) esame delle caratteristiche delle varie categorie e delle specificità del processo d'acquisto

MODULO 2

1. Marketing d'acquisto

- a) Il marketing d'acquisto: cos'è, a cosa serve e quando si applica
- b) L'interfunzionalità del marketing d'acquisto
- c) Strutturazione del processo di marketing
- d) Scouting nuovi fornitori
- e) La ricerca dell'alternativa di fornitura
- f) Il marketing d'acquisto e lo sviluppo di nuovi prodotti e nuovi servizi
- g) Marketing d'acquisto e matrice di Kraljic.

ESERCITAZIONE

Studio collettivo delle azioni di marketing di acquisto di un bene/servizio scelto dai partecipanti

2. Valutare i fornitori e le forniture

- a) 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

Creazione di una matrice di valutazione preventiva di un nuovo fornitore di un bene/servizio scelto dai partecipanti

3. Preparazione alla trattativa

- a) Esame del grado di dipendenza dal/del fornitore
- b) Esame della sua solidità finanziaria
- c) Predisposizione richieste

ESERCITAZIONE

Play role di trattativa

2. Information technology e gestione degli acquisti

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

ESERCITAZIONE

Presentazione e discussione in plenaria delle principali clausole di un contratto di acquisto

2. Gestione materiali e logistica

- a) I magazzini come luogo di spedizione e di ricezione delle merci
- b) Pianificazione aziendale e origine del Fabbisogno (distinte base, MRP, RDA, lotti di acquisto e rotazione delle scorte)
- c) Cenni sulle tecniche di riduzione delle scorte
- d) Cenni sulle principali modalità di trasporto e sui documenti di trasporto e sulle modalità di resa nazionali ed internazionali (Incoterms® 2020)
- e) Gli imballaggi

MODULO 3

1. I fondamentali della negoziazione

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

MODULO 4

1. Aspetti legali degli acquisti

- a) Contratto ed elementi essenziali del contratto:
 - autonomia contrattuale, forma e responsabilità precontrattuale
 - proposta e accettazione: come si forma il contratto
- b) I tipi di contratto più utilizzati in azienda (compravendita, appalto, trasporto...): loro caratteristiche salienti
- c) Documenti contrattuali (ordini chiusi, ordini aperti, contratti quadro...): caratteristiche e campi di utilizzo
- d) Le condizioni generali di acquisto e le condizioni speciali
- e) Passaggio di proprietà e trasferimento dei rischi
- f) Cenni sul d.lgs 231/01 Responsabilità amministrativa delle società e degli enti



EDIZIONI 2021

I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	IV TRIMESTRE
MILANO 2-3-9-10 febbraio	FIRENZE 22-23-29-30 aprile	MILANO 14-15-21-22 settembre	TORINO 12-13-19-20 ottobre
PADOVA 16-17-23-24 febbraio	BOLOGNA 5-6-12-13 maggio		BOLOGNA 20-21-27-28 ottobre
ROMA 2-3-9-10 marzo	MILANO 23-24-30 giugno e 1 luglio		MILANO 16-17-23-24 novembre
TORINO 23-24-30-31 marzo			PADOVA 24-25 novembre/1-2 dicembre



DURATA: 32 ore
Edizione in aula e on-line
4 giornate da 8 ore



LA PARTECIPAZIONE A QUESTO PERCORSO CONSENTE DI RAGGIUNGERE L'ADEGUATA PREPARAZIONE AGLI ESAMI DI ATTESTAZIONE DI QUALIFICA PROFESSIONALE ADACI DI LIVELLO **L1**