



Percorso formativo associabile alla Qualificazione Professionale 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.

Destinatari del Corso: Con alle spalle una storia pluridecennale il Corso Base Acquisti di Adaci vanta la formazione di migliaia di nuovi buyer e costituisce un momento di verifica ed aggiornamento per gli addetti di maggior esperienza che hanno l'opportunità di confrontarsi con i nostri docenti sulle tematiche chiave trattate nel percorso.

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.

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
- Il marketing d'acquisto e lo sviluppo di nuovi prodotti e nuovi servizi
- L'interfunzionalità del marketing d'acquisto
- Strutturazione del processo di marketing
- 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 INFORMATION TECHNOLOGY E GESTIONE DEGLI ACQUISTI

con la partecipazione di Niuma

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

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 antagonistica e collaborativa (win-lose e win-win negotiation).

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
- Le condizioni generali di acquisto e le condizioni speciali
- La clausola penale
- Forme di contratti (ordini chiusi, ordini aperti, contratti quadro e convenzioni): caratteristiche e campi di utilizzo
- I tipi di contratto più utilizzati in azienda (compravendita, appalto, trasporto, ...): loro caratteristiche salienti
- 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 su:
 - principali modalità di trasporto
 - tipologie di operatori
 - documenti di trasporto e modalità di resa nazionali ed internazionali (Incoterms 2010)
- Gli imballaggi: funzione e costo
- 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

Per ottenere la Qualificazione Professionale Adaci di Livello Basico L1, al termine del Corso Base Acquisti è necessario partecipare alla specifica Sessione Plenaria che prevede un test di verifica delle conoscenze (si veda pag. 49)



LUOGHI E DATE DI SVOLGIMENTO				
BOLOGNA	2, 4, 6, 10, 12, 14 maggio	10, 12, 14, 18, 20, 22 ottobre		
MILANO	9, 10, 16, 17 marzo	8, 9, 15, 16 giugno	14, 15, 21, 22 settembre	16, 17, 23, 24 novembre
NAPOLI	19, 20, 26, 27 ottobre			
PADOVA	3, 4, 10, 11 marzo	10, 11, 17, 18 novembre		
ROMA	2, 3, 9, 10 marzo			
TORINO	5, 12, 19, 26 maggio	6, 13, 20, 27 ottobre		
SAN MINIATO	14, 15, 21, 22 aprile			