

CURSO

Estrategias de Compra y análisis de mercado

📅 Próximas ediciones en el segundo semestre de 2023

OBJETIVOS

- Tomar conciencia de la importancia de Compras y aprovechar mejor la cultura y la estrategia de la empresa a la hora de establecer la estrategia y objetivos de Compras para aportar valor a la empresa, a los clientes internos (“socios”) y a los clientes de forma sostenible.
- Capacitar al profesional de Compras para elaborar el plan estratégico de Compras.
- Realizar el análisis de mercado interno y externo.
- Gestionar las relaciones estratégicas con los stakeholders.

PONENTE

D. Miguel Benítez Fernández

Licenciado en Ciencias Empresariales; PDD del IESE. Tiene experiencia en Compras, Aprovisionamiento y Planificación en sectores como el metalúrgico, químico, farmacéutico y alimentario. Ha trabajado en las empresas: Compañía Roca, Benckiser-Reckit, Boehringer Mannheim (Roche) y Panrico. Tiene una amplia experiencia lectiva, habiendo impartido cursos y seminarios de Gestión y Dirección de Compras en diversas Asociaciones Empresariales y Profesionales, Cámaras de Comercio, Universidades y en el seno de varias compañías del Ibex 35, así como experiencia en gestión del riesgo y mercados de commodities.

PROGRAMA

1. Planificación estratégica en la empresa.

- 1.1 Introducción
- 1.2 ¿Qué es la estrategia?
- 1.3 Planificación estratégica.
- 1.4 Cultura Corporativas
- 1.5 Valores, Visión y Misión empresa.
- 1.6 Estrategia
 - Niveles de estrategia.
 - Políticas empresa.
 - ¿Cuándo se tiene estrategia?

2. Planificación estratégica de Compras.

- 2.1 Importancia de Compras.
- 2.2 Evolución estratégica de Compras.
- 2.3 Propuesta de “valor” de Compras
 - Valor y cadena de valor de Compras
 - Costes (Precios, costes, TCO,)
- 2.4 Plan estratégico de Compras.
 - Alineamiento estratégico de Compras
 - Valores, Visión y Misión
 - Ejes estratégicos
 - El Camino de la Estrategia de Compras.
 - Identificar opciones
 - Formular estrategia
 - El comprador estratégico
 - El Plan Estratégico de Compras

3. Análisis mercado

- 3.1 Análisis de mercado contexto estratégico.
- 3.2 ¿Qué es, por qué y cuándo el análisis de mercado?
- 3.3 Proceso análisis de mercado
- 3.4 Mercado Interno: Necesidades y Kraljic
- 3.5 Técnicas para analizar el mercado (DAFO, CAME, PEST y PORTER)
- 3.6 Mercado Externo:
 - Funciones A. Mercado, proveedor, mercado y producto
- 3.7 Tendencias. Crowdsourcing.

Caso Práctico

HORARIO DE LAS CLASES

Próximamente

LUGAR DE CELEBRACIÓN

Próximamente

BONIFICABLE PARCIALMENTE A TRAVÉS DEL SISTEMA DE FINANCIACIÓN DE LA FORMACIÓN CONTINUA

AERCE no realiza los trámites para gestionar la bonificación

RESERVAS

Tlf.: 93 453 2580

Email: formacion@aerce.org

O a través de www.aerce.org

CONDICIONES DE INSCRIPCIÓN

- No Asociados: 950€ + IVA
- Descuentos para asociados de AERCE:
 - Asociados personales en situación de desempleo: Beca del 35%.
 - Asociados personales en activo y empresas PYME que facturan menos de 15M€: Beca del 25% para asociados del plan vigente de cuotas (15% para asociados del plan anterior).

- Asociados empresas PYME que facturan entre 15M€ y 50M€: Beca del 15% para asociados del plan vigente de cuotas (10% para asociados del plan anterior).
- Asociados empresas que facturan más de 50M€: Beca del 10% para asociados del plan vigente de cuotas (5% para asociados del plan anterior).

(Nota: El plan vigente de cuotas de asociados de AERCE se aplica desde fecha 1-1-2017)

- Descuento por inscripción anticipada: descuento del 5% en aquellas inscripciones recibidas y abonadas con una antelación mínima de un mes respecto al inicio del curso.

- Este curso tiene plazas limitadas.

- El precio incluye la documentación.