

CURSO

Estrategias de Compra y análisis de mercado

📺 TELEPRESENCIAL: 5, 6, 19 y 20 de junio 2024.

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. Anna Trunas Josa

Licenciada en Química y máster Management International Purchasing (MIP) en el IQS. Profesional con 14 años de experiencia en Departamentos de Compras- Comenzó su carrera en empresas FMCG como Damm y Danone con el cargo Global Category Manager donde su principal foco era la gestión de categorías. Posteriormente, continuó como responsable del departamento de compras en Roche Diagnostics y más adelante, desempeñó el rol responsable de Directora de Procurement Excellence con alcance global en la farmacéutica Grifols. Actualmente Anna es una profesional independiente que realiza Interim Management y Proyectos de Digitalización y Transformación de compras.

PROGRAMA

Planificación estratégica en la empresa

- Introducción
- ¿Qué es la estrategia?
- Planificación estratégica
- Cultura Corporativas
- Valores, Visión y Misión empresa.
- Estrategia.

Análisis mercado

- Análisis de mercado contexto estratégico.
- ¿Qué es, por qué y cuándo el análisis de mercado?
- Proceso análisis de mercado
- Mercado Interno: Necesidades y Kraljic
- Técnicas para analizar el mercado (DAFO, CAME, PEST y PORTER)
- Mercado Externo
- Tendencias

Planificación estratégica de Compras

- Importancia de Compras.
- Evolución estratégica de Compras.
- Propuesta de “valor” de Compras
- Valor y cadena de valor de Compras
- Costes (Precios, costes, TCO)
- 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
- Modelo Operacional de Compras

HORARIO DE LAS CLASES

(en modalidad Telepresencial)

El horario es De 15:30 a 19:00 horas.

LUGAR DE CELEBRACIÓN

Telepresencial: Campus virtual de AERCE

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 del 20% para profesionales y empresas asociadas a AERCE:

(Nota: Aplicable únicamente para asociados del plan vigente de cuotas, que corresponde a altas y actualizaciones de cuota posteriores a 1-1-2017)

- Descuento de un 10% para las segundas y sucesivas inscripciones.

- 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.

- Cancelación: para tener derecho al reintegro total del importe desembolsado de la inscripción al

Curso, se debe comunicar a AERCE como mínimo 10 días laborables antes del inicio del mismo. Si se comunica la no asistencia al curso entre los 10 y 2 días laborables antes del inicio del mismo, se penaliza con el 50% del importe desembolsado. Si se comunica la no asistencia a la actividad 2 días laborables antes de la fecha de inicio del curso, tendrá una penalización del 100% del importe desembolsado. Las cancelaciones una vez iniciada la actividad, no tendrá derecho a devolución alguna. Se admite la sustitución de la persona inscrita por otra de la misma empresa.

AERCE se reserva el derecho de modificar o anular la fecha del curso. AERCE no se hace responsable de los gastos incurridos en desplazamiento y alojamiento contratado por el asistente.