

O Chefe de Compras – Formação Prática de Compradores

Objetivos Gerais:

Este Curso tem como objetivo dotar os participantes dos conhecimentos básicos essenciais a qualquer Chefe de Compras.

Objetivos Específicos:

No final deste Curso os participantes saberão:

- Maximizar o benefício económico com as compras;
- Efetuar o próprio diagnóstico, analisando as diferentes funções a desenvolver nas compras;
- Motivar os compradores;
- Orientar eficazmente as tarefas relacionadas com as compras;
- Coordenar os interesses das atividades de compra com os da empresa;
- Conseguir um clima de colaboração adequado com os fornecedores;
- Elaborar e manter um "quadro de indicadores de gestão" das compras.

Destinatários:

Este Curso destina-se essencialmente a Chefes de Compras, Responsáveis por Aprovisionamentos e a todos os outros profissionais que tenham envolvidos e com responsabilidades ao nível das compras.

Carga Horária:

18 Horas

Conteúdos Programáticos:

Módulo I - A envolvente económica das empresas e a função compras

- Dimensões da economia de mercado;
- As Compras como motor de crescimento;
- A evolução da função Compras (Centralização, Externalização, "*Facilities Management*", *e-procurement*, ...).

Módulo II - As ferramentas da gestão estratégica das compras

- Determinação dos alvos no portfólio das Compras e as respetivas consequências táticas. Coerência em relação à política de compras;
- A otimização dos custos;
- Determinação dos critérios de avaliação dos mercados da oferta e da procura;
- A relação de poder mercado/empresa.

Módulo III - As tipologias de compras

- Gerir um portfólio de compras de acordo com os alvos e não por famílias de referências: determinação das tipologias dinâmicas de compras e ações a empreender.
- A construção de "Centros de Compras" (equipas de reflexão estratégica).

Módulo IV - Análise dos constrangimentos das compras

- O marketing das Compras;
- Os constrangimentos das Compras;
- O diagnóstico da situação: matriz de constrangimentos;
- As expectativas de acordo com o posicionamento;
- As consequências na estratégia de Compras.

Módulo V - A análise da complexidade das compras

- A vulnerabilidade no Aprovisionamento;
- A matriz da criticidade;
- As consequências na estratégia de Compras.

Módulo VI - Definir as estratégias de compras e de negociação

- A avaliação do risco de Aprovisionamento;
- A avaliação do benefício e as estratégias possíveis;
- As relações cliente / fornecedor:
 - Competitividade entre fornecedores;
 - Parcerias;
 - *Just In Time*.

Módulo VII - O funcionamento do serviço de compras

- Organização da função compras;
- A fixação de objetivos a curto, médio e longo prazos;
- Benchmarking interno e externo;
- Criação de um parque de fornecedores: homologação; colaboração;
- Agudizar a concorrência entre fornecedores;
- Melhorar o cumprimento de prazos;
- Outras vantagens da potência de compras;
- Os contratos e as garantias;
- Avaliação e acompanhamento de fornecedores;
- Os indicadores de gestão da função compras;
- A medição da "performance" do Serviço de Compras.

Módulo VIII - Os recursos humanos da função compras

- O profissiograma do chefe de compras;
- Que perfil de comprador?