



Best

Full Digital

Formação prática de compradores

O processo de compras: determinar necessidades, seleccionar e avaliar fornecedores, avaliar custos, negociar e gerir

À distância

Duração : 10 horas

Referência : 031E

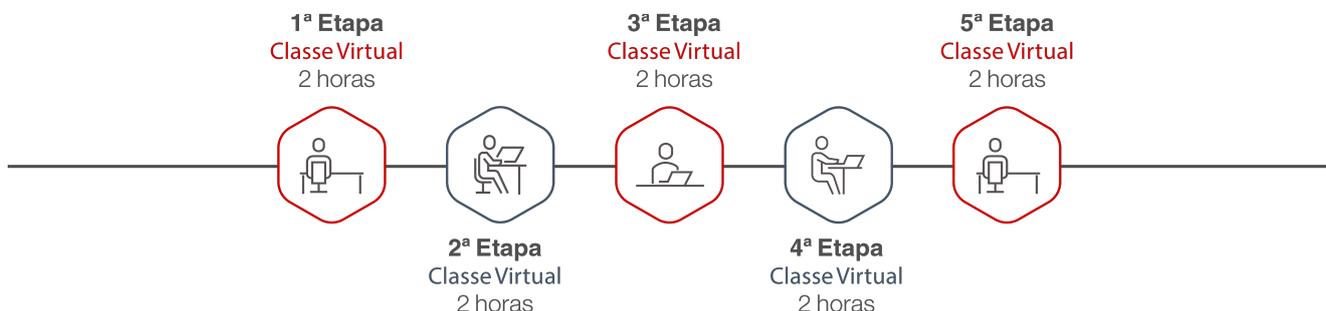
Preço : 750,00 € + IVA

Intra empresa : (desde) 3.000,00 € + IVA

Se deseja este percurso de aprendizagem num formato presencial

[Clique aqui](#)

O curso Formação prática de compradores permite-lhe obter competências críticas para otimizar a gestão de compras das organizações, através da aplicação de práticas qualitativas e quantitativas de gestão das compras, promovendo por consequência a obtenção da redução de custos significativos para organização.



Objetivos

No final do percurso de aprendizagem os participantes estarão aptos a:

- alinhar a política e as estratégias das compras em coerência com as estratégias da empresa e saber comunicá-las à equipa com elevado impacto;
- determinar corretamente as necessidades de compra da organização;
- identificar e seleccionar a solução de compra que melhor satisfaz as necessidades identificadas; gerir e avaliar os fornecedores;
- reduzir o custo global da compra e conseguir o rendimento máximo da importância gasta através de uma melhor organização das atividades de compra, estímulo de concorrência entre fornecedores, reforço das competências de negociação e melhoria do cumprimento de prazos;
- controlar a performance de compras e participar ativamente na melhoria contínua da performance do serviço/departamento de compras.

Destinatários

- Responsáveis e chefes de serviços de compras, compradores e profissionais que, na sua função, efetuem atos de compra.

Percurso de aprendizagem

1ª Classe Virtual (2h00m)

Compreender a função Gestão de Compras na empresa

- Missão estratégica e evolução das compras.
- Visão tradicional e nova visão.
- O papel das compras nos resultados empresariais:
 - desafios e vantagem competitiva;
 - atividades estratégicas, operacionais e de suporte.
- A função comprador.
- Ética nas compras.
- As compras e as relações funcionais na empresa.
- O planeamento.

Atividades digitais entre sessões

Desafios de aplicação prática

- Interações à distância através do envio de desafios para aumentar o comprometimento com o percurso de aprendizagem e estimular a transferência da aprendizagem para o contexto real de trabalho*.

* Estes desafios ocorrem entre todas as etapas do percurso de aprendizagem (classes virtuais), até à sua conclusão.

2ª Classe Virtual (2h00m)

Orientar e rentabilizar o processo das compras

- Fatores externos e internos que influenciam as compras.
- Amplitude das compras.
- O processo compra vs. a gestão da compra.
- Classificação e tipologia das compras.
- Estratégia de compras - seis princípios estratégicos.
- Ciclo do procurement vs. Ciclo de encomenda.

3ª Classe Virtual (2h00m)

Identificar os diferentes custos nas compras

- Custo unitário de compra.
- Custo ponderado.
- Custo médio de compra.
- Custo de posse de stock.
- TCO (Total Cost Ownership).
- Price breakdown.
- Targeting Cost.

4ª Classe Virtual (2h00m)

Identificar os diferentes custos nas compras (continuação)

- O agrupamento de necessidades:
 - contratos, encomendas abertas e o outsourcing.

Conhecer o mercado, selecionar e negociar com os fornecedores

- O processo de seleção e avaliação de fornecedores.
- O impacto da qualidade dos fornecedores.
- Preparação e desenvolvimento da negociação.
- Aspectos técnicos e relacionais.

5ª Classe Virtual (2h00m)

Controlar as compras

- Escolha de indicadores e forma de expressão.
- Indicadores de qualidade, produtividade e desempenho.
- Os KPI's de eficácia e eficiência das compras.

Conhecer e compreender o processo de compras através da Internet

- Pontos-chave das compras eletrónicas.
- E-procurement/e-marketplace/e-sourcing.
- Ferramentas e vantagens do e-procurement.
- Modelos de e-procurement.
- e-procurement vs. e-purchasing.
- Modelos de comércio eletrónico.

Métodos pedagógicos

- Uma metodologia que inclui exposições online pelo formador, complementadas com exercícios práticos e trocas de experiências e reflexões interativas com o grupo de participantes que permitem o treino de técnicas e ferramentas alinhadas com as melhores práticas de mercado, bem como a consolidação dos conceitos.

Pontos fortes

- Abordagem transversal ao macroprocesso de compras, desde a interpretação da estratégia da empresa e definição da política de compras até à seleção de fornecedores e negociação.
- Exploração prática e quantitativa do cálculo do custo total de compra e de posse.
- Apresentação de boas práticas de trabalho com potencial de impacto elevado no curto prazo ao nível da redução da despesa.