

CÓDIGO 16B07C07	AUTOR Javier Fernández	DURACIÓN ESTIMADA 20 h	NIVEL DE FORMACIÓN Medio/Avanzado
---------------------------	----------------------------------	----------------------------------	---

Dirigido a

Profesionales de empresas de actividad logística que quieran ampliar sus conocimientos en relación el departamento de compras y proveedores poniendo especial énfasis en operarios, mandos intermedios, directores.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumnado conocerá la relación entre marketing y proveedores, los conceptos de inventario y costes, negociación y contrato, así como la elaboración de presupuesto.

COMPETENCIAS

1. Introducción al concepto de marketing, cómo y para qué se utiliza y la correcta relación con los proveedores para una buena gestión y eficacia.
2. Conocer todo lo que engloba un departamento de gestión de compras, desde la venta del producto, hasta los costes de inventarios en almacén para conocer el mercado y su comportamiento.
3. Aprender cómo se regula un contrato de suministros, a negociar con proveedores, saber cómo tratarlos, y el tipo de relación que se debe mantener para conseguir una relación próspera.
4. Conocer la planificación de compras, y gestionar presupuestos para conseguir los objetivos estratégicos marcados por la empresa.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Saber el origen y uso del marketing y la importancia de una buena relación y comunicación con proveedores.
2. Como es una relación tradicional proveedor cliente y cual puede llegar a ser su complejidad.
3. Diferenciar entre inventarios para venta de producto, modelos de reposición de existencias y saber cómo se trabaja con productos finales.
4. Cómo calcular cada uno de los costes de inventario y de donde surgen.
5. Claves de negociación, relaciones y aprender cómo es un contrato de suministros.
6. Saber realizar un contrato tipo de suministros y como se regula.
7. Identificar los elementos del presupuesto de compras, elaboración del mismo y posterior seguimiento y control.

CONTENIDOS

Unidad 1. Marketing y proveedores

1. Introducción al concepto de marketing
2. Relaciones con los proveedores
 - 2.1 Cambio de enfoque
3. Administración pasiva de la función de compra
4. Administración pasiva de la función de compra II
5. Conclusión

Unidad 2. Inventario y costes

1. Gestión de compras
2. Los inventarios para la venta de producto
3. Trabajar con productos finales
4. Modelos de reposición de existencias
5. Inventarios periódicos o inventarios gestionados por el tiempo
6. Los costes de la gestión de los inventarios
 - 6.1 Costes de ruptura
7. Los inventarios de seguridad

Unidad 3. Negociación y contrato

1. Gestión de compras. Selección de proveedores
2. Negociación con proveedores
 - 2.1 ¿Cómo tratar a mi proveedor? ¿Qué tipo de relación mutua debo crear?
 - 2.2 ¿Cómo negociar con los proveedores?
 - 2.3 Cinco claves para negociar como los profesionales
3. Contrato tipo de suministros

Unidad 4. Presupuestos

1. Plan de compras
2. Presupuestos
 - 2.1 Elementos del presupuesto de compras
3. Nuevas tendencias de compra