



"FRANCUSKI
INSTYTUT
GOSPODARKI -
POLSKA" SPÓŁKA Z
OGRAŃCZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ



Strategiczne zarządzanie zakupami w procesie budowy wartości firmy

Numer usługi 2025/04/09/7597/2679145

📍 Warszawa / stacjonarna

🏢 Usługa szkoleniowa

🕒 15 h

📅 25.06.2025 do 26.06.2025

5 719,50 PLN brutto

4 650,00 PLN netto

381,30 PLN brutto/h

310,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Właściciele firm, prezesi, wiceprezesi, członkowie zarządów, dyrektorzy zarządzający, dyrektorzy działów: finansów i controllingu, strategii, rozwoju, produkcji, logistyki, zakupów i zaopatrzenia, dyrektorzy operacyjni, dyrektorzy zakładów i fabryk.
Minimalna liczba uczestników	6
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	20-06-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	15
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie Uczestników do optymalnego zarządzania procesami zakupowymi.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Optymalne zarządzanie procesami zakupowymi.	Ocenia wpływ funkcji zakupowej na wyniki finansowe i budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa.	Test teoretyczny
	Wdraża narzędzia wspierające doskonalenie procesów zakupowych.	Test teoretyczny
	Ocenia skuteczność działań zakupowych dzięki dobraniu odpowiednich KPI.	Test teoretyczny
	Opracowuje strategię zakupów.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Tak, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji (certyfikat) zawiera opis efektów uczenia się.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak, dokument (certyfikat) potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Tak, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Program

Pierwszy dzień (9.00 - 17.00) Przegląd technik i narzędzi

- 1. Wprowadzenie: cele seminarium, poznanie się Uczestników i test wprowadzający.
- 2. Które czynniki tworzą wartość w przedsiębiorstwie? Identyfikacja kluczowych dźwigni wzrostu przedsiębiorstwa.
- 3. Jak ocenić sprawność i efektywność funkcji zakupowej w przedsiębiorstwie. Przegląd narzędzi i technik analitycznych

3.1. Struktura/ kategorie zakupów i optymalizacja

3.1.1. Narzędzia analizy:

3.1.1.1. Drzewo kategorii zakupowych Ćwiczenie

3.1.1.2. ABC/XYZ, Pareto

3.1.1.3. Macierz Kraljica Ćwiczenie

3.1.1.4. Ekonomia skali, a liczba dostawców i indeksów

3.2. Ocena portfolio dostawców - baza dostawców

3.2.1. Pozycjonowanie dostawców

3.2.2. Kryteria wyboru i oceny dostawców

3.2.2.1. Ocena warunków współpracy Ćwiczenie

3.2.2.1.1. Ryzyka współpracy z dostawcą i zarządzanie ryzykiem

3.2.2.1.2. Zagrożenie logistyczne, zagrożenie jakościowe, zagrożenie biznesowe, zagrożenie – monopolistyczna pozycja dostawcy, zagrożenie – siła wyższa.

3.3. Zapasy i ich optymalizacja w procesie zakupów

3.3.1. Narzędzia i techniki do analizy i optymalizacji zapasów (ABC, XYZ,)

3.3.2. Analiza koszty zapasów w procesie zakupów Ćwiczenie

3.3.2.1. Mierniki DOS i zarządzanie OLD STOCK, FIFO, GEMBA (idź aby zobaczyć)

Strategiczne zarządzanie zakupami

w procesie budowy wartości firmy

FIG Polska Sp. z o.o. • ul. Filtrowa 75/5, 02-032 Warszawa • (22) 823 42 83 • (22) 823 99 13 2

www.figpolska.pl, biuro@figpolska.pl

3.3.2.2. Projektowanie zapasu dla wybranych produktów (produkty szybko rotujące, ryzyko długich łańcuchów, dostępność, zapasy bezpieczeństwa)

3.3.2.3. VMI, Just in Time, minimalne wielkości zamówienia (MOQ) a optymalizacja zapasu – zarządzanie zapasami przez kupców

3.3.3. Prognozy i plany - różnice i mechanizmy.

4. Techniki i narzędzia oceny potencjału oszczędności kosztowych i cash flow

4.1. Potencjał oszczędności i sposoby ich osiągnięcia Ćwiczenie

4.2. Cost /Value Analysis surowców, zakupów strategicznych

4.3. TCO

4.4. Zarządzanie terminami płatności

4.5. Bonusy i rabaty retro

5. Podsumowanie dnia.

Drugi dzień (9.00 - 17.00) Strategia zakupów

1. Powtórzenie i utrwalenie zagadnień omawianych pierwszego dnia seminarium

2. Analiza SWOT i diagnoza funkcji zakupowej

3. Jak poprawić funkcjonowanie obszaru zakupów? Ćwiczenie

4. Strategia zakupów

4.1. Misja działu zakupów w organizacji

4.2. Cele i KPI długoterminowe i operacyjne Ćwiczenie

4.3. Plan i harmonogram działań optymalizujących procesy zarządzania zakupami

4.3.1. Business Excellence Model

4.4. Monitoring strategii: dokumentacja uzyskanych oszczędności, monitorowanie KPI kontynuacja procesu ciągłego doskonalenia, inicjowanie projektów, Lean&Six Sigma między różnymi jednostkami. Przykłady z firm

5. Jak poprawić efektywność zakupów?

5.1. Miejsce zakupów w organizacji i struktura działu zakupów Ćwiczenie

5.2. Zarządzanie kategorią zakupową

5.2.1. Procurement Value engineering

5.2.2. Jakie kompetencje rozwijać aby osiągnąć cele? Zespoły i ich kompetencje - Case

5.2.3. Nowoczesne rozwiązania w procesie zarządzania zakupami (platformy, licytacje)

6. Organizacja polityki zakupów. Jak unikać błędów we wdrożeniu polityki zakupowej?

6.1. Zakres polityki zakupowej

6.2. Najczęstsze błędy przy formułowaniu regulaminu zakupowego

6.3. Dobre praktyki przy tworzeniu regulaminu zakupowego: podział praktyk zakupowych ze względu na wpływ na wynik finansowy oraz koncentrację działań

6.4. Opracowywanie RFQ – zapytania ofertowego, tworzenie zespołu negocjacyjnego, określenie bazy dostawców do negocjacji...) Ćwiczenie

6.5. Proces negocjacji - kroki w procesie, BATNA

6.6. Protokoły negocjacji, umowy handlowe, NDA, OWZ, OWS

7. Podsumowanie zajęć.

Walidacja- test

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
-------------	------

Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 719,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 650,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	381,30 PLN
Koszt osobogodziny netto	310,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Jacek Jarmuszcak

Trener biznesu, praktyk we Francuskim Instytucie Gospodarki Polska, specjalizuje się w zagadnieniach związanych z zarządzaniem zakupami. Ekspert w dziedzinie aukcji elektronicznych, negocjacji zakupowych, budowania relacji z dostawcami oraz e-systemów zarządzania zakupami. Posiada praktyczne doświadczenia w zakresie wdrażania i usprawniania narzędzi elektronicznych wspierających obszar zakupów (Ocena Dostawcy, Zarządzanie Kontraktami, Obieg Zapotrzebowań Wewnętrznych, Aukcje Elektroniczne). Wielomiesięczne kontrakty w Europie Zachodniej, USA, Azji oraz praca w centralnych strukturach globalnej korporacji, dostarczyły ogromnego doświadczenia w zarządzaniu biznesem o charakterze międzykulturowym. W trakcie swojej ponad 15 letniej kariery negocjował kontrakty o łącznej wartości przekraczającej 3,5 miliarda EUR.

Karierę zawodową rozpoczynał jako kupiec w branży FMCG w polskich przedsiębiorstwach, dla których negocjował kontrakty zakupowe z dostawcami z całego świata - głównie korzystając z elektronicznych platform przetargowych. Dla globalnego koncernu, lidera w swoim sektorze i dobrze znanej marki Philips Lighting, jako Strategic Buyer tworzył strategię zakupów dla obszaru Europy oraz prowadził negocjacje z kluczowymi dostawcami. Był Kierownikiem Działu Zakupów Elektronicznych w Carlsberg Group, gdzie przeprowadzał przetargi dla wszystkich zakładów Carlsberg na całym świecie. Pracaował także w Danfoss A/S jako Global Category Manager. Łącznie przeprowadził ponad 200 szkoleń.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik po ukończonym szkoleniu otrzyma:

- Certyfikat ukończenia szkolenia,
- Materiały w formie prezentacji przygotowanej na potrzeby szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Przesłanie podpisanej przez Decydenta karty zgłoszenia wraz z pieczętką firmową na adres:

biuro@figpolska.pl

Informacje dodatkowe

więcej informacji na www.figpolska.pl

Adres

ul. Towarowa 2

00-811 Warszawa

woj. mazowieckie

Warszawa, hotel Golden Tulip****

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Beata Michalak

E-mail beata.michalak@figpolska.pl

Telefon (+48) 22 8234 283