



Vademecum -
Konferencje i
Szkolenia Sp. z o.o.
★★★★★ 4,7 / 5
295 ocen

ZARZĄDZANIE KATEGORIĄ ZAKUPOWĄ

Numer usługi 2026/07/28/4974/3714553

2 398,50 PLN brutto
1 950,00 PLN netto
171,32 PLN brutto/h
139,29 PLN netto/h
149,44 PLN cena rynkowa ⓘ

📍 Wrocław
🏢 Usługa szkoleniowa
📅 stacjonarna
👥 Zajęcia grupowe
🕒 14:00 h
📅 25.11.2026 do 26.11.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Logistyka
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest dedykowane menedżerom kategorii (Category Managers) oraz specjalistom odpowiedzialnym za rozwój strategii zakupowych i zarządzanie konkretną grupą produktów. Uczestnikami mogą być osoby, które: • opracowują strategie rozwoju kategorii w perspektywie krótko- i długoterminowej, • tworzą analizy rynkowe, prognozy i rekomendacje zakupowe, • współpracują z dostawcami oraz klientami wewnętrznymi w organizacji, • zarządzają portfelem produktów i optymalizują koszty zakupów, • przygotowują dokumentację i raporty niezbędne do podejmowania decyzji strategicznych. Szkolenie jest szczególnie wartościowe dla osób pracujących w działach zakupów, zarządzania kategorią, planowania i rozwoju produktów – zarówno w firmach produkcyjnych, handlowych, jak i usługowych.
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	17-11-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
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 samodzielnego i strategicznego zarządzania kategorią zakupową – jako procesu planowania, organizowania i kontrolowania działań związanych z zakupem produktów lub usług w określonej kategorii.

Uczestnicy zdobędą wiedzę i praktyczne umiejętności niezbędne do: analizowania rynku i potrzeb biznesowych, tworzenia strategii zakupowych dopasowanych do celów organizacji, efektywnego zarządzania relacjami z dostawcami, optymalizacji kosztów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
1. Zdefiniowanie Wartości Dodanej	Określenie konkretnej wartości dodanej, jaką kategoria zakupowa przynosi firmie.	Test teoretyczny
2. Mapowanie Interesariuszy	Przeprowadzenie kompleksowego mapowania interesariuszy dla zrozumienia, dla kogo dokładnie pracujesz.	Test teoretyczny
3. Rozpoznanie Potrzeb Biznesu	Zidentyfikowanie głównych problemów i wyzwań biznesowych oraz związanie ich z potrzebami organizacji.	Test teoretyczny
4. Przygotowanie Planu Zarządzania Kategorią	Przedstawienie spójnego i szczegółowego planu zarządzania kategorią, z uwzględnieniem strategii komunikacji.	Test teoretyczny
5. Wdrażanie oszczędności i ROI	Zastosowanie 5 dźwigni oszczędnościowych do policzenia zwrotu z inwestycji (ROI) z działu zakupów.	Test teoretyczny
6. Wskaźniki Wartości Dodanej	Utworzenie listy wskaźników wartości dodanej wraz z ich interpretacją dla kategorii zakupowej.	Test teoretyczny
	Zdolność do oceny ryzyka współpracy z dostawcami i oceny atrakcyjności klienta dla dostawców.	Test teoretyczny
	Przygotowanie raportu z oceny ryzyka współpracy z dostawcami. o Umiejętność przygotowania planu ciągłości biznesu w kontekście analizy ryzyka.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Dzień I

Moduł 1 – Wartość Dodana realizowana w ramach kategorii zakupowej

1. Jaką wartość realizujesz w swojej firmie? Jaka jest rola działu zakupów oraz Twojej kategorii zakupowej w organizacji?
2. Dla kogo pracujesz? Mapowanie interesariuszy.
3. Z jakimi problemami, wyzwaniami mierzy się nasz biznes? Rozpoznanie potrzeb biznesu.
4. W jaki sposób Twoja kategoria zakupowa kontrybuuje do rozwiązywania tych problemów i wyników firmy?
5. Stworzenie planu zarządzania kategorią zakupową i komunikacji z interesariuszami - Governance Model.

Moduł 2 – Procedura liczenia oszczędności

1. Jak rozliczać wartość dodaną kategorii zakupowej i działu zakupów?
2. Pięć dźwigni oszczędnościowych – prezentacja i omówienie. Jak policzyć ROI z działu zakupów?
3. Jakie wskaźniki wartości dodanej mierzy? Przykłady i zastosowania KPI zakupowych dla kategorii zakupowej.
4. Jak rozliczać oszczędności a jak wartość dodaną w zakupach?
5. Komunikacja z zarządem i interesariuszami dotycząca rozliczania oszczędności, ale również unikania kosztów („cost avoidance”), płynności finansowej, inżynierii wartości, pracochłonności procesów etc..., czyli w jaki sposób podpisać porozumienie z zarządem dotyczące rozliczania oszczędności? Jakich informacji potrzebują i jak zbudować komunikację z głównymi interesariuszami, w celu ustalenia spójnej procedury i zrozumienia jak liczyć oszczędności?

Moduł 3 – Organizacja pracy

1. Zarządzanie kategorią – tworzenie strategii dla kategorii zakupowej. Plan i zakres prac związanych z rozwojem kategorii zakupowej.
2. Podział na kategorie. Analiza wydatków – narzędzia analizy, kategoryzacja, wydatków, dostawców.

Moduł 4 – Strategiczne zarządzanie dostawcami

1. Zarządzanie dostawcami – plan rozwoju bazy dostawców – narzędzia oceny dostawców dla tworzenia długofalowego planu rozwoju.
2. Kategoryzacja dostawców – strategiczni, komercyjni, wąskie gardła.
3. Ocena ryzyka współpracy z dostawcami oraz ocena atrakcyjności klienta oczami dostawców.
4. Strategiczne zarządzanie dostawcami – rozwój alternatyw, konsolidacja.
5. Model zarządzania dostawcami tzw. grupy C.
6. Komunikacja z interesariuszami dotycząca zarządzania bazą dostawców.
7. Podział ról w zarządzaniu dostawcami – manager kategorii vs zakupy lokalne lub interesariusz.

Dzień II

Moduł 5 – Analiza ryzyka i plan ciągłości biznesu w kontekście zarządzania dostawcami

1. Wysoki popyt na rynku oraz niska podaż
 - Analiza łańcucha dostaw – czyli w którym miejscu tworzą się zatory i wąskie gardła?
 - Analiza dostawców „tier 2 „ oraz „tier 3” – czyli dostawców naszego dostawcy
2. Analiza ryzyka – rok 2020 bardziej niż kiedykolwiek nauczył, że konieczne jest tworzenie planów kontynuacji biznesu (contingency plan). Narzędzia analizy ryzyka i tworzenia planu ciągłości biznesu.
3. Analiza rynku, trendów rynkowych, poszukiwanie innowacji, wartości dodanej z dostawców – narzędzia elektroniczne badania rynku, raporty rynkowe.
4. Przygotowanie planu kontynuacji biznesu – „contingency plan” w kontekście potencjalnego zagrożenia braku ciągłości dostaw.

Moduł 6 – Plan projektów oszczędnościowych

1. Przygotowanie programu oszczędnościowego – budowa „pipeline” projektów oszczędnościowych, podział ról i obowiązków w realizacji projektów.
2. Przygotowanie narzędzi i metodologii prac w realizacji i monitoringu projektów oszczędnościowych.
3. Projekt sourcingowy – jak zaplanować szczegółowy proces przetargowy, elementy procesu, instrukcja działania dla zespołu przetargowego oraz interesariuszy.
4. Inżynieria wartości – projekty Value Engineering jako jedna z głównych dźwigni oszczędnościowych (dla zakupów direct organizacja warsztatów IGW, dla zakupów indirect IGW podczas sourcingu). W jaki sposób przygotować pipeline oraz warsztaty generujące pomysły oszczędnościowe?
5. Poprawa płynności finansowej firmy – projekty cashflow, CS, VMI, Billing Schedule, ROA, outsourcing strategiczny.

Moduł 7 – Analiza kosztowa

1. Zasady tworzenia modelu TCO – szablon modelu TCO dla zakupów direct oraz indirect
2. Analiza modelu Should Cost Model oraz TCO na wybranych przykładach
3. Wykorzystanie modelu TCO w procesie negocjacji i wyboru dostawcy

Moduł 8 – Szablon strategii dla kategorii zakupowej

1. Szablon w ppt oraz excel dokumentu „Strategia dla kategorii zakupowej”
2. Omówienie i przykłady uzupełnienia, jak powinna wyglądać strategia dla kategorii zakupowej

Szkolenie trwa 14 godzin zegarowych (2 dni szkoleniowe). Maksymalna liczba uczestników - 16.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu:

Uczestnik zobowiązany jest do punktualnego stawienia się na szkoleniu, uczestnictwa w zajęciach przez cały czas ich trwania oraz udziału we wszystkich elementach szkolenia.

Warunki organizacyjne dla przeprowadzenia szkolenia:

- sala szkoleniowa wyposażona w rzutnik,
- flipchart z kartkami papieru
- stoły i krzesła dla każdego uczestnika i trenera

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Moduł 1 – Wartość Dodana realizowana w ramach kategorii zakupowej	Zajęcia	Jacek Jarmuszczak	25-11-2026	09:00	10:30	01:30
2 z 15 -	Przerwa	-	25-11-2026	10:30	10:45	00:15
3 z 15 Moduł 2 – Procedura liczenia oszczędności	Zajęcia	Jacek Jarmuszczak	25-11-2026	10:45	12:30	01:45
4 z 15 -	Przerwa	-	25-11-2026	12:30	13:00	00:30
5 z 15 Moduł 3 – Organizacja pracy	Zajęcia	Jacek Jarmuszczak	25-11-2026	13:00	14:30	01:30
6 z 15 -	Przerwa	-	25-11-2026	14:30	14:45	00:15
7 z 15 Moduł 4 – Strategiczne zarządzanie dostawcami	Zajęcia	Jacek Jarmuszczak	25-11-2026	14:45	16:00	01:15
8 z 15 Moduł 5 – Analiza ryzyka i plan ciągłości biznesu w kontekście zarządzania dostawcami	Zajęcia	Jacek Jarmuszczak	26-11-2026	09:00	10:30	01:30
9 z 15 -	Przerwa	-	26-11-2026	10:30	10:45	00:15
10 z 15 Moduł 6 – Plan projektów oszczędnościowych	Zajęcia	Jacek Jarmuszczak	26-11-2026	10:45	12:30	01:45
11 z 15 -	Przerwa	-	26-11-2026	12:30	13:00	00:30
12 z 15 Moduł 7 – Analiza kosztowa	Zajęcia	Jacek Jarmuszczak	26-11-2026	13:00	14:30	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 15 -	Przerwa	-	26-11-2026	14:30	14:45	00:15
14 z 15 Moduł 8 – Szablon strategii dla kategorii zakupowej	Zajęcia	Jacek Jarmuszczak	26-11-2026	14:45	15:45	01:00
15 z 15 -	Walidacja	-	26-11-2026	15:45	16:00	00:15

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	14:00
w tym suma godzin zajęć	11:45
w tym suma godzin walidacji	00:15
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	16:00

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeśli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 398,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 950,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	171,32 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	14:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Jacek Jarmuszcak

trener-praktyk, z doświadczeniem na międzynarodowych rynkach, manager zakupów, negocjacji zakupowych i strategii generowania oszczędności. Jedyny w Polsce trener z doświadczeniem praktycznym sięgającym od zakupów surowców i opakowań dla branży FMCG, przez zakupy dla przemysłu automotive do zakupu usług profesjonalnych (w tym Facility Management) i systemów IT branży usługowej. Dlatego dobrze rozumie różnice w metodach wywierania presji na dostawcach w zależności od branży. Doświadczony na międzynarodowych rynkach manager zakupów, negocjacji zakupowych i strategii generowania oszczędności.

Karierę zawodową rozpoczynał w polskich firmach branży FMCG, dla których prowadził negocjacje zakupowe z dostawcami z całego świata. Później dla dobrze znanej marki i lidera w swoim sektorze firmy Philips jako Global Strategic Buyer oraz Regional Project Manager dla obszaru Azji, tworzył strategię zakupową dla swojej kategorii, budował bazę dostawców, zarządzał relacjami oraz prowadził negocjacje handlowe z kluczowymi dostawcami.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Autorskie materiały szkoleniowe (skrypt), ćwiczenia przygotowane przez wykładowcę, notes, długopis.
- Certyfikat szkolenia.

Informacje dodatkowe

Zapraszamy do kontaktu z nami e-mailem, lub telefonicznie: Vademecum – Konferencje i Szkolenia Sp. z o.o.

Aleja Piastów 11, 52-424 Wrocław

tel./fax: (071) 341 85 10, e-mail: vade@vade.com.pl

Pisemne potwierdzenie realizacji szkolenia prześlemy e-mailem do Działu Szkoleń 7 dni przed datą rozpoczęcia zajęć.

Adres

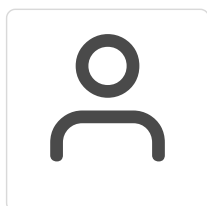
ul. św. Józefa 1/3
50-329 Wrocław
woj. dolnośląskie

WenderEDU Business Center

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Mikołaj Rudolf

E-mail m.rudolf@vade.com.pl

Telefon (+48) 71 3418 510