



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

POST GRAU GESTIÓ DE LES OPERACIONS

GUÍA DOCENTE 2018-2019 ASIGNATURA SOURCING

Fecha de elaboración / actualización : 22 Agosto 2018

DATOS GENERALES

ASIGNATURA: Sourcing

CÓDIGO:

CRÉDITOS (ECTS): 5

PROFESOR COORDINADOR: Rafael Richart Ferri

FECHA ÚLTIMA REVISIÓN: 22 Agosto 2018

DESCRIPCIÓN GENERAL

La asignatura hace un recorrido teórico y práctico para dar a conocer cómo se trabaja en organizaciones donde función de compras está desarrollada y, cómo potenciarla alineándola con la estrategia de la empresa.

A lo largo de las tres sesiones, se conducirá al alumno a considerar que a la aportación de valor de un área de compras para una compañía va mucho más allá de garantizar el aprovisionamiento, con la calidad requerida a un precio asumible y, que es una palanca clave para aumentar la competitividad sostenible de las empresas.

Las sesiones lectivas incluirán la resolución de casos prácticos y la interacción dinámica con los alumnos para adaptar el contenido a sus necesidades.

OBJETIVOS GENERALES

- Proporcionar al alumno una visión global del rol del área de compras y de su potencial evolución posible en una empresa.
- Vincular el alineamiento de compras con la estrategia de la empresa para generar valor y aumentar su competitividad sostenible.
- Dar a conocer y enseñar las herramientas de gestión avanzada de compras
- Capacitar al alumno en gestión del cambio, negociación y gestión de conflictos
- Reflexionar sobre las competencias del equipo de compras y cómo gestionar el equipo
- Potenciar el Business partnership como herramienta de gestión interna y externa.
- Mostrar a los alumnos cómo evaluar y seguir el Impacto de las decisiones de compras en el negocio: Kpi's y reporting

CONTENIDOS DEL CURSO

TEMA 1: La Transformación de Compras

Resultados del aprendizaje:

El alumno, una vez expuesto en clase y trabajado este tema, será capaz de:

- Valorar la importancia que hoy tiene para una empresa poder disponer de un área de compras que genere valor si existe alineamiento estratégico
- Delimitar el ámbito de gestión de la función de compras en la empresa, su posible evolución en el tiempo y cómo realizar la gestión del cambio organizacional
- Importancia de tener una política de Compliance en la empresa

Contenido (4 h teoría /debate + 1 h caso real con ponente externo)

- 1.1 Posicionamiento /Rol del Área de Compras dentro de una Compañía. Del Aprovisionamiento al Sourcing Estratégico (value change integration)
- 1.2 Alineamiento con la estrategia de la empresa.
- 1.3 Aportación de Valor (diferentes palancas de compras para generar valor)
- 1.4 Gestión del Cambio
- 1.5 Compliance

TEMA 2: Misión, Palancas y herramientas de gestión del área de compras

Resultados del aprendizaje:

El alumno, una vez expuesto en clase y trabajado este tema, será capaz de:

- Conocer y comprender las palancas de gestión del área de compras, su utilidad y cómo implementarlas
- Identificar y diferenciar términos como: Cost out Value in, gestión del gasto. TCO, CATMAN, SRM, Comanufacturing, etc
- Importancia de tener una política de compras que incluya apartados de Responsabilidad Social Corporativa

Contenido (5 h teoría + debate + resolución de ejercicios prácticos)

2.1 Competitividad (Competitiveness):

- Cuantificar/cuestionar gastos, requerimientos (técnicos/funcionales) y necesidades (Costo ut Value in)
- Gestión de Categorías (CATMAN)
- Coste total (total cost ownership-TCO)
- Optimización Cash Flow

2.2 Asegurar el suministro (Secure Sourcing)

- Gestión de riesgos de los proveedores (Supplier Risk Management)
- Gestión de riesgos de commodity (Commodity Risk Management)

2.3 Potenciar el desarrollo del negocio (Top Line Growth)

- Cocreando con proveedores (Cocreate with partners)
- Fomentando la captación de innovación externa (Outside innovation)
- Gestionando la compra de producto terminado (Comanufacturing branding)

2.4 Sostenibilidad (Sustainability)

- Gestión de las relaciones con los proveedores (Relationship Management-SRM)
- Responsabilidad Social Corporativa / Reputación (CSR/ Reputation)

2.5 KPI's y Reporting

TEMA 3: Equipo e integración en el negocio

Resultados del aprendizaje:

El alumno, una vez expuesto en clase y trabajado este tema, será capaz de:

- Conocer las competencias técnicas y de gestión que debe tener un equipo de compras
- Poder implementar herramientas de integración en el negocio
- Planificar y gestionar negociaciones complejas

Contenido (5 h teoría + debate + propuestas alumnos)

4.1 Equipo de compras: Roles y competencias

- Competencias técnicas (Technical skills)
- Competencias de gestión (Soft skills)
- Roles

4.2 Integración en el negocio (Business Partnership, Stakeholder Mapping)

4.3 Propuesta / compromiso de cada alumno de aplicación en su empresa de mínimo de 1 aspecto de los abordados durante las 4 sesiones.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

La enseñanza de la materia se realiza mediante 4 sesiones presenciales de 5 h cada una que combinan teoría y práctica complementadas con ejercicios / casos que se trabajarán en equipos fuera del aula.

El profesor expondrá los contenidos teóricos de cada tema, se debatirán los contenidos y se aplicarán los conceptos con ejercicios prácticos.

- Actividades que se realizarán en el aula:
 - Realización de ejemplos y casos que faciliten el aprendizaje y la aplicación de forma inmediata de los contenidos teóricos.
 - Debate en clase e intercambio de experiencias entre los asistentes que permita enfocar el análisis y resolución de casos desde diferentes ópticas

- Juegos de “rol” y teatralizaciones que incluirán la filmación, visualización y feedback.
- Interacción “in situ” via Kahoot
- Actividades a realizar fuera del aula:
 - Responder a una encuesta sobre el grado de madurez del área de compras dentro de la organización empresarial de cada alumno.
 - Estudiar los apuntes sobre el contenido de cada tema y resolución de casos.

TEMA	CONTENIDO	MÉTODO	SESIÓN
TEMA 1: La Transformación de Compras	1.1 Posicionamiento /Rol del Área de Compras 1.2 Alineamiento estratégico, aportación de valor y Compliance	T/P T/CE	02/08/19
TEMA 2: Misión, Palancas y Herramientas de gestión del área de compras	2.1 Ejes estratégicos 2.2 Herramientas de gestión avanzada de compras. KPI's y reporting	T/CE T/CE	02/09/19
TEMA 3: Equipo e integración en el negocio	2.1 Competencias / Roles del equipo 2.2 Integración en el negocio	T T/CE	02/16/19

T: teoría / CE:casos-ejercicios / P: ponente externo

EVALUACIÓN

La calificación final de la materia se calculará teniendo en cuenta la asistencia, la participación a el aula y las notas obtenidas en los ejercicios/casos.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

NF= 40 % Asistencia + 20 % Participación en clase + 40 % resolución de ejercicios /casos

Se aprobará con una NF igual o superior a 50 puntos sobre 100

BIBLIOGRAFÍA

- La transformación de Compras una aventura retadora. Stéphane Morel ,Bubok Editorial
- Claves Estratégicas en Compras y Aprovisionamientos. AERCE
- Gestión de Compras: negociación y estrategias de aprovisionamiento. Emilio Martinez Moya
- Estrategias avanzadas de Compras y aprovisionamientos: Lean Buying y Outsourcing. August Casanovas
- Gestión de Compras en la Empresa. Ander Errasti. Editorial Pirámide

WEBGRAFÍA / BLOGS / ETC.

- <http://provocacioncompras.blogspot.com>
- <http://www.aerce.org> (Asociación Española de Profesionales de Compra)
- <https://www.igs.edu/es> (MIP- Management International Purchasing)

- <https://www.empresaextendida.es>
- <https://www.linkedin.com/groups/4970008> (Procurement Trainers Network)
- <https://www.linkedin.com/groups/139021> (Strategic Sourcing & Procurement)
- <https://www.linkedin.com/groups/44991> (Global Sourcing)
- <https://www.linkedin.com/groups/50589> (Purchasing & Global Supply Chain Professionals)