

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

Unidad 2. Inventario y costes

Unidad 3. Negociación y contrato

Unidad 4. Presupuesto