

XVI EDIZIONE - A.A. 2019/2020



**MASTER IN
PROCUREMENT MANAGEMENT**
APPROVVIGIONAMENTI E APPALTI

VIII MODULO
Analisi Economica dei Mercati



Area Economica

Perché formazione sul Procurement?



I sistemi di *Procurement* stanno subendo profonde modificazioni sia nelle grandi imprese che nella Pubblica Amministrazione.

Il mercato italiano evidenzia una domanda consistente di professionalità adeguate nell'area del *Procurement*, con competenze sia nelle moderne strutture organizzative del *business* che nei sistemi tecnologici di supporto.

Il Master anche in questa nuova edizione ha affinato ulteriormente lo sviluppo dei curricula e delle competenze per venire incontro alle crescenti richieste di formazione strategica di carattere Interdisciplinare.

Perché formazione a Tor Vergata?



L'Università di Roma "Tor Vergata" è stata vincitrice del premio "MEF Consip Master in e-Procurement", bando di gara competitivo, indetto dal Ministero dell'Economia e delle Finanze e da Consip nel 2004 e riservato agli Atenei italiani, per l'istituzione di un Master universitario in *e-procurement*.

La facoltà di Economia di Tor Vergata è riconosciuta a livello mondiale come Centro di Eccellenza sui temi del Procurement. Ha ospitato nel 2006 la II° International Public Procurement Conference a cui hanno aderito relatori da più di 75 paesi del mondo.

Gustavo Piga e Giancarlo Spagnolo, (Presidente Consip e Direttore Ufficio Studi Consip dal 2002 al 2005), docenti presso il Master, sono gli autori del volume "Handbook of Procurement" pubblicato dalla Cambridge University Press (insieme al Professor Nicola Dimitri dell'Università di Siena), citato dal Parlamento Europeo nel workshop organizzato a Bruxelles il 6 marzo 2006.

http://www.economia.uniroma2.itpublic/files/eprocurement/link_articolo.pdf

I pacchetti formativi sui temi del Procurement rispondono alle esigenze di:

- creare professionisti esperti in *Procurement Management*, in grado di operare sia nel settore pubblico che nel settore privato; arricchire i profili professionali esperti in acquisti acquisendo competenze interdisciplinari;
- fornire opportunità di crescita professionale a giovani brillanti e motivati e sviluppare capacità manageriali moderne.

Il Master si propone di formare profili in grado di dare soluzione ai problemi che nascono in contesti fortemente dinamici sui piani della tecnologia e dei mercati, nei quali creatività e doti di *leadership* debbono essere coniugati con la capacità di affrontare problemi complessi di natura strategica, gestionale e organizzativa.

Una particolare enfasi verrà data all'area etica di deontologia professionale.

Sono presenti **14 Aree Formative** nel corso di **12 mesi** (ogni area formativa si sviluppa nell'arco di un mese; una settimana frontale e tre on-line).

L'impegno formativo comprende:

- **351 ore in modalità frontale** (27 ore al mese erogate nel corso di un'unica settimana con lezioni dal Lunedì al Venerdì);
- **210 ore in modalità on-line**

Sono previsti: seminari di approfondimento; casi di studio, allo scopo di presentare problemi reali e indicare le strategie più idonee alla loro soluzione; attività di laboratorio informatico ed esercitazioni; momenti di discussione comune.

Struttura:

- **Analisi economica dei mercati e strategie di acquisto;**
- **I principi "lean" nella gestione dei fornitori**
- **Strategie di gara: il caso del mercato ICT**

Obiettivi e finalità:

- **Acquisire i principi e gli strumenti del marketing d'acquisto allo scopo di sviluppare le strategie negoziali e di posizionamento più efficaci nei diversi contesti di mercato**
- **Comprendere le dinamiche concorrenziali e le modalità di restrizione della concorrenza che penalizzano le performance degli acquisti: prezzi, servizio e qualità**

Modulo : Analisi economica dei mercati

Attività didattica: **14/09/2020 - 18/09/2020**

Lezioni		Materia	Docente
14/09/2020	10.00 - 13.00	Analisi economica dei mercati e strategie di acquisto	Maffezzini
14/09/2020	14.00 - 17.00	Analisi economica dei mercati e strategie di acquisto	Maffezzini
15/09/2020	10.00 - 13.00	Analisi economica dei mercati e strategie di acquisto	Maffezzini
15/09/2020	14.00 - 17.00	Analisi economica dei mercati e strategie di acquisto	Maffezzini
16/09/2020	10.00 - 13.00	Analisi economica dei mercati e strategie di acquisto	Maffezzini
16/09/2020	14.00 - 17.00	Partecipazione ad una gara pubblica: oneri e metodologia di preparazione dell'offerta	Maffezzini
17/09/2020	10.00 - 13.00	Supply chain e globalizzazione	Colangelo/Appolloni
17/09/2020	14.00 - 17.00	Strategie di gara: il caso dei mercati ICT	Porzio
18/09/2020	10.00 - 13.00	Strategie di gara: il caso dei mercati ICT	Porzio
06/10/2020	8:30 – 9:30	ESAME MODULO VIII	

Programma:

Il corso mira a fornire gli strumenti di base per l'analisi economica dei mercati e per lo sviluppo delle strategie di acquisto. Verranno analizzati diversi casi recenti di restrizione delle dinamiche concorrenziali sia in ambito privato che pubblico

Gli argomenti:

- **Analisi dei mercati e marketing d'acquisto**
- **Strategie di posizionamento e Procurement-mix**
- **Restrizioni orizzontali della concorrenza (case study)**
- **Restrizioni verticali della concorrenza (case study)**
- **Abuso di posizione dominante (case study)**
- **Cartello tra imprese in una gara pubblica (case study)**
- **Concentrazioni di mercato (case study)**

Partecipare ad una gara pubblica: oneri e metodologia di preparazione dell'offerta

Dott. Federico Maffezzini



Programma:

Il modulo si propone di evidenziare gli oneri che le imprese devono sostenere per partecipare ad una gara pubblica e le metodologie di preparazione di un'offerta competitiva, con particolare attenzione alle PMI.

Gli argomenti:

- **Gli oneri di partecipazione ad una gara pubblica**
- **Le principali barriere per le PMI nell'accesso agli appalti pubblici**
- **Strumenti di eProcurement: opportunità e rischi per le PMI**
- **Metodologia di preparazione di una gara pubblica**

Supply chain e globalizzazione: l'impatto sulle strategie di acquisto

Ing. Colangelo/Prof. Appolloni



Programma:

Nel processo di acquisizione, la ricerca del fornitore e le caratteristiche del mercato impattano profondamente non solo per il rapporto commerciale che si crea tra acquirente e fornitore, ma anche per la struttura produttiva che effettivamente concorre alla delivery: la supply chain «va dal fornitore del tuo fornitore al cliente del tuo cliente». Nascono, quindi, problemi di integrazione e coordinamento della catena di fornitura, nonché la necessità di gestire il sistema logistico ed i rischi, soprattutto quando la catena produttiva si sviluppa in un mercato globalizzato.

Gli argomenti:

- **La definizione e le caratteristiche della Supply chain**
- **I rischi nella Supply chain e la loro mitigazione**
- **I fattori critici di successo in relazione ai processi di acquisto**
- **Le caratteristiche del mercato globalizzato**
- **I vantaggi della globalizzazione dei mercati**
- **Le criticità ed i rischi dei mercati globalizzati**
- **Le logiche più adeguate per governare un mercato globalizzato**

Programma:

Il corso affronta le caratteristiche del mercato ICT e degli strumenti di acquisto e negoziazione che si articolano dalla negoziazione in autonomia fino al pieno ricorso alle centrali di acquisto. È preso a riferimento il mercato ICT perché è l'unico che presenta sia servizi in fase di introduzione sia di maturità, servizi che l'utenza percepisce come semplici nonostante l'elevata complessità, ove coesistono micro e grandi Imprese, ove i prezzi sono ancora poco trasparenti. Anche la normativa di settore è in continua evoluzione da 20 anni per favorire lo sviluppo di una effettiva concorrenza. Il settore peraltro non è nuovo ad intese collusive, talvolta anche esplicite.

Gli argomenti:

- le caratteristiche merceologiche dell'ICT
- le caratteristiche del Mercato di fornitura
- le negoziazioni per la stipula di Contratti Quadro
- le negoziazioni per la stipula di Accordi Quadro
- le negoziazioni tramite le piattaforme telematiche

Costo per partecipante: 750 euro

Il costo si intende per persona che frequenti il solo modulo **Analisi economica dei mercati**.

Sono previsti sconti per partecipanti che frequentano ulteriori moduli, nonché per Imprese/Istituzioni che iscrivano più partecipanti.

Come saperne di più?



Informazioni

Direttore Prof. Gustavo Piga

Segreteria e sede didattica

Dip. di Economia e Finanza,

Università degli Studi di Roma "Tor Vergata",

Via Columbia 2, 00133 Roma;

tel. +39 06/72595430 - Roberta Marta

fax 06/2020500

Segreteria dei Corsi di Perfezionamento

Tel. 06/72592003-2005

e-mail: master.procurement@uniroma2.it

web site: www.masterprocurement.it

Come raggiungerci:

www.economia.uniroma2.it/nuovo/facoltà/dove.asp