



XVIII EDIZIONE - A.A. 2021/2022



**MASTER IN
PROCUREMENT MANAGEMENT**
APPROVVIGIONAMENTI E APPALTI

II MODULO

**Gli approvvigionamenti nell'impresa:
strategia e organizzazione**



Area Aziendale

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:

- Supply Chain e Strategia e Organizzazione Aziendale;
- Supply Chain e globalizzazione: l’impatto sulle strategie di acquisto;

Obiettivi e finalità:

Il corso si propone di sviluppare nei partecipanti la capacità di contribuire alla formulazione strategica delle aziende, con particolare attenzione alla strategia degli approvvigionamenti.

L’accento è posto sull’esigenza di impiegare in modo combinato gli strumenti di analisi strategica per “presidiare” il presente e per costruire il futuro delle relazioni con i fornitori. Il corso intende fornire una maggiore sensibilità e conoscenza su alcuni strumenti di general management sempre più rilevanti nella gestione della Supply Chain. Il corso si propone altresì di sviluppare una visione più ampia e strategica del ruolo della Supply Chain nell’impresa e quindi dei legami che hanno con la strategia aziendale e con le altre parti dell’organizzazione.

Gli approvvigionamenti sono un aspetto dell’operatività aziendale per lungo tempo sottovalutato.

L'attuale rivalutazione trova origine in diversi fattori concomitanti:

- **La progressiva deverticalizzazione delle imprese, che amplifica la responsabilità lasciata ai fornitori nella creazione di valore;**
- **L'impatto delle nuove tecnologie informatiche, che ha consentito di instaurare nuove forme collaborative tra partner di fornitura;**
- **La sempre crescente tendenza alla riduzione dei costi, che coinvolge necessariamente tutta la filiera della supply-chain.**

Il modulo fornisce ai partecipanti gli elementi di maggior rilevanza negli approvvigionamenti:

- **Il ruolo dei processi d'acquisto nella creazione del vantaggio competitivo;**
- **Lo sviluppo di forme collaborative tra fornitore e cliente;**
- **Le strategie di sourcing, con riferimento anche ai mercati emergenti;**
- **L'organizzazione delle attività di approvvigionamento;**
- **Il ruolo delle competenze come fattore abilitante delle strategie d'acquisto.**

Gli approvvigionamenti nell'impresa: strategia e organizzazione

Attività Didattica: **14/02/2022 – 18/02/2022**

Lezioni		Materia	Docente
data	ora		
14/02/2022	10.00 - 13.00	Supply Chain: Strategia e Organizzazione Aziendale	Gnan
14/02/2022	14.00 - 17.00	Supply Chain: Strategia e Organizzazione Aziendale	Gnan
15/02/2022	10.00 - 13.00	Supply Chain: Strategia e Organizzazione Aziendale	Gnan
15/02/2022	14.00 - 17.00	Supply Chain: Strategia e Organizzazione Aziendale	Gnan
16/02/2022	10.00 - 13.00	Supply Chain: Strategia e Organizzazione Aziendale	Gnan
16/02/2022	14.00 - 17.00	Supply Chain: Strategia e Organizzazione Aziendale	Gnan
17/02/2022	10.00 - 13.00	Supply Chain: Strategia e Organizzazione Aziendale	Gnan
17/02/2022	14.00 - 17.00	Case study	Gnan
18/02/2022	10.00 - 13.00	Supply Chain e globalizzazione: l'impatto sulle strategie di acquisto	Colangelo/Appolloni

23/03/2022 8:30 – 9:30

ESAME MODULO II

Supply Chain: Strategia e Organizzazione Aziendale – Prof. L. Gnan



Programma del corso:

Il governo della complessità della costruzione, della connessione e della gestione della rete dei sistemi di fornitura, di produzione, di distribuzione e di interfaccia verso i clienti, ossia la *supply-chain*, richiede:

- **competenze di analisi, valutazione e formulazione delle strategie a livello di business, con particolare riguardo alle strategie di approvvigionamento;**
- **comprensione delle dinamiche competitive dei mercati di sbocco e di acquisizione;**
- **competenze di progettazione degli assetti organizzativi;**
- **competenze logistiche e produttive;**
- **gestione delle relazioni interne ed esterne;**
- **padronanza degli strumenti che la tecnologia offre.**

A tal fine, è anzitutto introdotto il concetto di strategia. Si forniscono poi gli strumenti analitici che consentono di analizzare la struttura di un settore, il suo grado di attrattività e le dinamiche di trasformazione in essere. Quindi si presenta un approccio e una strumentazione per valutare il successo di una strategia competitiva che vede negli approvvigionamenti una fonte di vantaggio concorrenziale.

Supply Chain: Strategia e Organizzazione Aziendale – Prof. L. Gnan



Queste competenze di strategia sono poi integrate da competenze organizzative che privilegiano una visione a due dimensioni: una “verticale”, fatta di sapere specialistico-funzionale e una “orizzontale” sistemica e trasversale.

Il sapere orizzontale, il cui potenziamento è parte di questo corso, è costituito da due elementi: i “basics” di organizzazione per gestire le competenze e gli strumenti di integrazione della Supply Chain, necessari per comprendere le dinamiche di sistema. La diffusione di questo sapere “orizzontale” è un forte catalizzatore per l’integrazione interna ed esterna, in quanto favorisce i collegamenti operativi e l’abbattimento delle barriere culturali.

Argomenti:

- **Il concetto di strategia aziendale;**
- **L’identificazione delle aree strategiche d’affari;**
- **L’analisi del sistema competitivo;**
- **Le strategie competitive di base (differenziazione, leadership di costo, focalizzazione);**
- **La formula competitiva;**
- **L’ organizzazione per ottenere un vantaggio competitivo;**
- **Il rapporto business-strategia-struttura-risorse umane;**
- **Quale organizzazione per la Supply Chain?;**
- **La struttura organizzativa del Procurement & Supply Chain.**

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

Costo per partecipante: 750 euro

Il costo si intende per persona che frequenti il solo modulo **Gli Approvvigionamenti nell'Impresa: Strategia e Organizzazione**.

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

Informazioni

Coordinatore 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: +39 06/2020500
e-mail: master.procurement@uniroma2.it
web site: www.masterprocurement.it**

**Segreteria dei Corsi di Perfezionamento
Tel. 06/72592003-2005**

**Come raggiungerci:
www.economia.uniroma2.it/dovesiamo**