

Management des achats

FINALITE

Mettre en œuvre, dans les entreprises de services, de production ou de distribution, les processus et les outils d'une stratégie d'achats. Contrôler et optimiser les achats.

ETUDIANTS CONCERNES

Titulaires de masters (M1 ou M2), diplômés d'écoles d'ingénieurs ou de commerce, de LEA.

METIERS VISES

Acheteur industriel, acheteur secteur public, acheteur de services, acheteur produits "alimentaire", acheteur produits "santé", acheteur produits "touristique", acheteur consommable, acheteur projet, acheteur international, consultant achat.



OBJECTIFS

Ce troisième cycle a pour objectif de former des personnes capables :

- d'identifier les problématiques du management des achats,
- d'adapter les techniques et outils de l'entreprise,
- de maîtriser l'environnement du marché,
- de piloter et analyser les écarts,
- d'optimiser le processus des achats,
- de manager des équipes.

Les cours sont dispensés par des professionnels qui apportent leur savoir et savoir-faire à travers un programme qui répond aux besoins de l'entreprise.

CONSEIL D'ORIENTATION

Bernard NINAUVE

Responsable du Msa2

Licence ès Sciences économiques

Ancien directeur du marketing et des achats de grandes enseignes

Noëlle RENOSI

IAE Paris, DESS Propriété industrielle

DEA Droit international

Consultante en formation

Michelle PETITGENET

Certificat de logistique achat international (Paris Dauphine)

Expert/assesseur à la commission de conciliation

et d'expertise douanière

Directrice Import/Export – Le PRINTEMPS

Conseiller du commerce extérieur de la France

Ce programme s'adresse à ceux qui veulent devenir les futurs acheteurs et responsables de groupe achats d'entreprises industrielles, commerciales ou du secteur public. Ils devront en permanence optimiser la "performance des achats" que ce soit au niveau national ou international.

PROGRAMME DES COURS

Management général

(détail p. 7)

- **Fonctionnement de l'entreprise**
- **Approche Marketing**
- **Management de projet**
- **Business Plan**
- **Management au quotidien**
- **Stratégie d'entreprise**
- **Management de la qualité**
- **Gouvernance d'entreprise**

L'environnement de l'acheteur

- **L'acheteur et chef de projet**

Le métier d'acheteur ;
L'acheteur projet.

- **Etudes de marché**

Les bases de données ;
Analyse quantitatives et qualitatives ;
La gestion des données ;
La confirmation des DAS.

- **Le commerce international**

Les institutions ; La globalisation des échanges ; Le low cost ;
Les moyens de paiement à l'international.

- **Management des organisations**

Sociologie et psychologie des organisations ; Objectifs et moyens ;
La culture du résultat.

La relation fournisseurs

- **Le droit des contrats**

Contrats achats ; Contrats de sous-traitance ; Contrats spéciaux ;
Droit des affaires.

- **L'appel d'offre**

La législation ; Les modes de lancement ; Les méthodes de choix ;
La gestion de l'offre.

- **Le cahier des charges et contrat cadre**

Les obligations du cahier des charges ;
Mise en place et contrôle ;
La first list et le contrat cadre.

- **La négociation**

Les principes ; La préparation ;
Les étapes ; Les accords.

- **Ethique**

Ethique et entreprise ;
Ethique des affaires.

Les contraintes de l'acheteur

- **La gestion des risques**

Risque qualité ; Risque de change ;
Risque commercial ; Risque fournisseur.

- **La logistique**

Les techniques de transport ;
Les moyens de transport ;
Les techniques de stockage ;
Les techniques de livraison.

- **Les douanes**

Les régimes douaniers et économiques ; Les accords ;
Les procédures ; Les contrôles.

Les achats spécifiques

- **Achats industriels et matières premières**

Les intervenants du marché ;
La définition du prix "objectif" ;
Le contrôle des produits.

- **Achats des consommables**

La définition des besoins ; La budgétisation ; Le choix des fournisseurs ;
Mesure de la consommation.

- **Achats des grandes enseignes**

L'organisation des achats ;
Le marketing des achats ;
La gestion des achats.

- **Achats publics**

Les marchés publics ; Mode de passation et de réponse aux marchés ;
Les achats de consommables.

- **Achats de services**

Analyse de marchés ;
Le mix produits prix dans les services ;
Le contrôle de la prestation.

- **Achats responsables**

Ecoproduits ; Achats éthiques ;
Achats équitables

La gestion des achats

- **L'investissement**

Projet ; Plan de financement ;
Coûts complets. Seuil de rentabilité.

- **Sous traitance et sourcing**

Les méthodes ; Les nouveaux outils de sourcing ; Les choix stratégiques ;
La sous-traitance.

- **Technique du commerce international**

Les contraintes, le calcul du prix ;
Les incoterms ; Les assurances.

- **La gestion des stocks**

Nomenclature ; Les prévisions de ventes ; Le lancement de production ;
La relation fournisseur.

Le management des achats

- **Le management des équipes :**

Le rôle du chef de projet ;
Les méthodes et outils de management ;
La définition et le contrôle des objectifs.

- **L'analyse de la valeur**

L'analyse des besoins ; Le diagnostic de la valeur ; L'optimisation du choix ;
Valeur et entreprise.

- **Les leviers achats**

Coûts utiles ; Analyse de la compétitivité ; Le diagnostic ;
Les facteurs d'optimisation.

- **Le diagnostic fournisseurs**

Création des critères de choix ;
Hiérarchisation des critères ;
Mesure de la performance fournisseur.

Les stratégies achats

Le faire ou faire faire ;
La délocalisation ; Les filiales ;
Les partenariats.