

ДИСТАНЦИОННЫЙ КУРС «КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Краткое описание программы	Целевая аудитория: тренинг для категорийных менеджеров, руководителей и специалистов Продолжительность: 5 недель полный курс, 26 академических часов, онлайн. Ключевые разделы программы: <ol style="list-style-type: none">1. Введение в категорийный менеджмент2. Старт категорийного менеджмента3. Анализ категории4. Анализ рынка поставок5. Разработка категорийной стратегии6. Система управления поставщиками
Цели программы	Получить системное представление о стратегическом подходе в управлении категориями, освоить процесс категорийного менеджмента и инструменты для разработки категорийной стратегии.
В результате обучения участники:	<ul style="list-style-type: none">• На примере учебного кейса «СИЗ и спецодежда» освоят процесс категорийного менеджмента и инструменты разработки категорийной стратегии;• Смогут проанализировать текущую ситуацию в своей компании и разработать категорийную стратегию.
Формат проведения курса:	Курс построен по принципу «класс наоборот» - сначала участники изучают теорию с помощью дистанционных уроков, на очных онлайн-встречах прорабатывают учебные кейсы на основе изученной теории, завершают курс сдачей собственного проекта по разработке своей системы управления поставщиками. Часть I. Дистанционные уроки (видео + методическое пособие + тест + рефлексия + задание). Внимание! Переход к следующему уроку или допуск к очным занятиям возможен только после прохождения предыдущего урока. 2 недели, в любое удобное участникам время. Часть II. Очные онлайн-занятия 3 дня с 10:00 до 15:00. Отработка кейсов в командах с последующим обсуждением. Предусмотрено 2 перерыва по 20 минут. Часть III. Защита проектов участников (часть III по желанию участников) с обсуждением и обратной связью от тренера и коллег.
Стоимость курса	Базовый (Часть I): 38 000 рублей для одного человека. Доступ на 6 месяцев. Стандарт (Часть I + Часть II): 48 000 рублей для одного человека Профессионал (Часть I + Часть II + Часть III): 59 999 рублей для одного человека

ПРОГРАММА КУРСА

В корпоративном формате программа адаптируется под специфику компании.

ЧАСТЬ I	
Формат	Содержание
Дистанционные уроки 3 недели с 8 ноября	Что будем изучать: <ol style="list-style-type: none">1. Введение в категорийный менеджмент: Эволюция снабжения и уровни зрелости закупок. Лучшие практики в закупках. Роль закупок в деятельности организации. "Дом закупок" и ключевые сферы ответственности закупок. Бизнес-модель закупок. Цели, принципы и архитектура категорийного менеджмента. Процесс категорийного менеджмента.2. Старт: Анализ портфеля закупок, сегментация категорий и определение роли категории, объем и границы категории. Анализ возможностей и оценка препятствий. Выбор

спонсора и формирование категорийной группы. Описание текущей ситуации, определение проблем, целей и возможных решений. Карта стейкхолдеров и план коммуникаций. Определение бизнес-требований и рычагов эффективности.

3. Анализ категории:

Сбор данных для анализа категории, анализ затрат и потребности. Анализ затрат по поставщикам, анализ закупочных цен и структуры затрат, бенчмаркинг цен. Факторы, повышающие затраты и издержки по процессу. Факторы влияния на категорию. Управление спросом. Карта технологий.

4. Анализ рынка поставок:

Анализ действующего портфеля поставщиков. Типы и география поставщиков, типы договоров, сроки контрактов. Затраты по поставщикам, применяемые способы закупок и закупочные цены, структура ценообразования поставщиков, анализ затрат в цепи поставок. PESTLE-анализ. Анализ рынка поставок и оценка конкурентной силы компании в качестве покупателя. Стратегические сценарии работы на рынке.

5. Разработка категорийной стратегии:

Поиск возможностей для создания дополнительной ценности. SWOT-анализ. Обзор идей, генерация решений. Оценка и выбор наиболее интересных стратегических сценариев. Описание стратегии. Анализ рисков реализации стратегии. Экономическое обоснование и экспертная оценка. Оформление. Планирование изменений. Управление стейкхолдерами.

6. Система управления поставщиками:

Модель "Управление поставщиками". Сегментация базы поставщиков и определение моделей взаимодействия. KPI и стимулирование конкуренции. Оценка поставщиков от квалификации до оценки деятельности. Обратная связь и программы развития поставщиков. План коммуникаций и график переговоров. Модель партнёрства с ключевыми поставщиками.

Уроки будут открыты на 4 недели. Каждый урок состоит из серии коротких видеороликов, дополнительных материалов, заданий и тестов. После завершения урока предоставляется доступ к следующему.

Планируемая занятость участников для прохождения всех дистанционных уроков – 15 часов. Участники выполняют уроки в любое удобное время.

ЧАСТЬ II	
Формат	Содержание
<p>Практические очные онлайн-сессии</p> <p>3 дня 29, 30 ноября, 1 декабря С 10:00 до 15:00</p>	<p>Что делаем на сессиях?</p> <p>Пошагово разрабатываем категорийную стратегию на примере учебного кейса «СИЗ и спецодежда».</p> <p>Кейс одновременно решаются несколькими командами, затем в общей группе обсуждаются, сравниваются и оцениваются принятые командами решения.</p> <p>В конце команды презентуют свои стратегии и группа выбирает лучшую.</p> <p>При работе над кейсом участники получают множество шаблонов, чек-листов и полезных таблиц для разработки категорийной стратегии.</p>
ЧАСТЬ III	
Формат	Содержание
<p>Защита проектов участниками</p> <p>27 декабря</p>	<p>После завершения части II участники могут выбрать рабочую категорию и разработать категорийную стратегию для своей компании, используя все полученные инструменты.</p> <p>По каждому проекту будет 1,5 часа консультации тренера и оперативная поддержка вопросов по электронной почте или телефону.</p> <p>На защите проекта все участники проведут анализ по специальной форме оценки и дадут свою обратную связь по представленному проекту.</p>