

XVII EDIZIONE - A.A. 2020/2021



**MASTER IN
PROCUREMENT MANAGEMENT**
APPROVVIGIONAMENTI E APPALTI

I MODULO
Tecniche di negoziazione

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.

Il modulo è stato progettato per fornire in maniera integrata conoscenze, metodi e strumenti necessari a ricoprire in modo consapevole e competente il ruolo di negoziatore per la funzione acquisti. Ogni argomento, all'interno del modulo, è stato progettato per affrontare ed approfondire le diverse tematiche negoziali in una prospettiva sinergica. I corsi sono stati strutturati sia per trasferire conoscenze teoriche, attraverso lezioni frontali, sia per suffragare l'acquisizione di capacità e competenze grazie a metodi esperienziali (esercitazioni; casi di studio; giochi di ruolo; questionari).

Argomenti :

- **Fondamenti della comunicazione;**
- **Stili di comunicazione pattern comportamentali**
- **Strategie negoziali**
- **Tattiche negoziali**

Tecniche di negoziazione

Attività Didattica: **01/02/2021 – 11/02/2021**

Lezioni		Materia	Docente
data	ora		
1 e 4/02/2021	10.00 - 13.00	Fondamenti della comunicazione	Augugliaro
1 e 4/02/2021	14.00 - 17.00	Stili di comunicazione pattern comportamentali	Augugliaro
2 e 5/02/2021	10.00 - 13.00	Strategie di negoziazione	Augugliaro
2 e 5/02/2021	14.00 - 17.00	Strategie di negoziazione	Augugliaro
3 e 8/02/2021	10.00 - 13.00	Strategie di negoziazione	Augugliaro
3 e 8/02/2021	14.00 - 17.00	Strategie di negoziazione: esercitazione	Augugliaro
09/02/2021	10.00 - 13.00	Tattiche negoziali	Augugliaro
09/02/2021	14.00 - 17.00	Tattiche di negoziazione: esercitazione	Augugliaro
10/02/2021	17.00 - 18.00	1° social corner «A casa di Sergio»	Benetti
11/02/2021	10.00-13.00	Cerimonia di apertura	

23/03/2021 8:30 – 9:30

ESAME MODULO I

Fondamenti della comunicazione

– Dott. Paolo Augugliaro



Programma del corso:

Il corso si divide in due unità didattiche: la comunicazione e le strategie negoziali. Il Modulo sulla comunicazione, che potremmo considerare di introduzione, ha la finalità di porre il partecipante nella condizione di utilizzare le strategie comunicative personali al servizio della negoziazione. Ci si focalizzerà pertanto sugli stili personali di comunicazione ponendo in evidenza le tecniche più utili per fronteggiare il confronto. Il Modulo sulle strategie negoziali ha la finalità di rendere il partecipante consapevole delle principali teorie e tecniche poste in luce dai principali studiosi con il fine di sviluppare la capacità di fare una diagnosi immediata del comportamento da tenere nei confronti dei diversi interlocutori e di condurre altresì una trattativa commerciale. Saranno utilizzate esercitazioni pratiche di difficoltà crescente volte a rendere le nozioni sempre più concrete e vicine alla pratica lavorativa.

Comunicazione ed assertività

– Dott. Paolo Augugliaro

Gli argomenti:

Teorie e strumenti per l'analisi e lo sviluppo della comunicazione
La comunicazione: regole e principi generali nella teoria di Watzlawick
Gli assiomi della comunicazione
La lettura della comunicazione individuale attraverso l'Analisi Transazionale
Gli stili di comunicazione: lo stile passivo, lo stile aggressivo, lo stile assertivo
La valutazione della situazione negoziale
la stima del BATNA (Best Alternative to Negotiation Agreement)
la valutazione del fornitore con riferimento alla Matrice di Krajlilic
la valutazione della strategia negoziale più idonea
Le strategie e tecniche negoziali
la negoziazione dura
la negoziazione morbida
la negoziazione integrativa
Approfondimenti sulla strategia di negoziazione dura (o negoziazione classica)
Fase 1 - la diagnosi
Fase 2 - l'impostazione della trattativa
Fase 3 - la conduzione
Fase 4 - le conclusioni
Approfondimenti sulla strategia di negoziazione basata sui principi
Fase 1 - l'indagine delle motivazioni ed interessi
Fase 2 - l'analisi delle esigenze e la definizione del problema
Fase 3 - l'individuazione del principio di integrazione
Fase 4 - l'individuazione delle soluzioni
Sviluppo delle abilità di riconoscimento e neutralizzazione delle tattiche sleali
i fatti alterati
la pressione posizionale
la guerra psicologica

Le strategie negoziali - Dott. Paolo Augugliaro



Programma del corso:

Negoziare un contratto con un cliente discutendo del prezzo e delle condizioni di fornitura (delivery, pagamenti..) non è una cosa semplice. Ciascuno di noi, quando si è posto in tale situazione si è almeno una volta posto il dilemma se conviene e si ottiene di più mostrandosi intransigenti o condiscendenti. E' meglio essere dei duri o è meglio agire in modo soft accattivandosi la benevolenza dei nostri interlocutori? E' meglio scoprirsi o far parlare o invece imporre? Fino a dove ci si può spingere nelle richieste e dove è meglio fermarsi? Queste sono alcune delle domande cui il corso intende dare una risposta.

L'obiettivo che nel particolare si intende perseguire è di sviluppare:

- le conoscenze relative alle strategie negoziali;
- le capacità di utilizzo delle stesse.

Per raggiungere le suddette finalità si ritiene necessario:

- Far acquisire la conoscenza dei diversi Stili di Negoziazione;
- Aiutare ciascun partecipante a diagnosticare lo Stile che naturalmente pone in essere;
- Aiutare la persona a collegare quanto appreso nei precedenti moduli sulle proprie modalità relazionali e comunicative all'utilizzo e messa in atto della strategia negoziale più utile;
- Far sperimentare in modo selettivo gli Stili di Negoziazione di volta in volta più utili per raggiungere i propri obiettivi.

Gli argomenti:

- Principi e metodi della negoziazione di tipo integrativo (win win) nella teoria di Fisher ed Ury;
- Principi e metodi della negoziazione di tipo distributivo;
- La valutazione del B.A.T.N.A. (Best Alternative To Agreement Negotiation) e del fornitore con la Matrice di Krajllic;
- Le tattiche sleali;
- Le contromisure.

Le metodologie:

Principio guida della metodologia che si seguirà è di utilizzare il corso quale "laboratorio" dove mettere alla prova i propri le proprie strategie e comportamenti. La metodologia che si utilizzerà è pertanto di carattere "esperienziale" fondata cioè sull'esperimento di situazioni negoziali concrete. Il corso prevede diverse esercitazioni pratiche in cui ciascun partecipante ha l'opportunità di testare le proprie capacità di convincere altre persone o di mediare tra posizioni contrastanti cercando di ottenere il massimo vantaggio.

Costo per partecipante: 750 euro

Il costo si intende per persona che frequenti il solo modulo **Tecniche di Negoziazione**. 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: +39 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