



PROGRAM EXECUTIVE MBA

Dwuletni Program

Executive Master of Business Administration

©GFKM



| PRZEDMIOTY | | ZALICZENIE | GODZ. |
|--------------------|---|------------|------------|
| Semestr I | | | 135 |
| 1. | Zintegrowana symulacyjna gra biznesowa | A | 27 |
| 2. | Zarządzanie organizacją i zarządzanie strategiczne | PK, E | 36 |
| 3. | Zachowania w organizacji | A lub PK | 18 |
| 4. | Ekonomiczne aspekty zarządzania | PK | 18 |
| 5. | Wystąpienia publiczne i sztuka prezentacji | A lub PK | 9 |
| 6. | Kierowanie zespołem | A lub PK | 18 |
| 7. | Etyka w biznesie | A lub PK | 9 |
| Semestr II | | | 135 |
| 1 | Rachunkowość zarządcza | PK, E | 36 |
| 2 | Zarządzanie procesami i jakością | PG | 27 |
| 3. | Zarządzanie finansowe | PK, E | 336 |
| 4. | Zarządzanie marketingowe | PK, E | 27 |
| 5 | Metodologia projektu dyplomowego/Zarządzanie różnorodnością | A | 9 |
| Semestr III | | | 135 |
| 1. | Systemy informacyjne biznesu | PK | 18 |
| 2. | Zarządzanie zasobami ludzkimi | PK, E | 36 |
| 3. | Zarządzanie projektem | PG | 18 |
| 4. | Biznes globalny | PG | 27 |
| 5. | Podstawy prawa gospodarczego | PK, E | 27 |
| 6. | Elementy prawa międzynarodowego | PK | 9 |
| Semestr IV | | | 180 |
| 1. | Gra strategiczna | A | 27 |
| 2. | Przywództwo i zarządzanie zmianą | A | 27 |
| 3. | Przedmiot do wyboru – Zaawansowane zarządzanie finansowe* | A | 27 |
| 4. | Przedmiot do wyboru – Psychologiczne aspekty zarządzania* | A | 27 |
| 5. | Przedmiot do wyboru – Negocjacje w biznesie* | A | 27 |
| 6. | Przedmiot do wyboru – Przedmiot fakultatywny* | A | 27 |
| 7. | Projekty dyplomowe – konsultacje | A | 18 |
| RAZEM | | | 585 |

Obszary tematyczne:

Psychologia biznesu**Rachunkowość
i Finanse****Otoczenie biznesu****Strategia zarządzania****Procesy i projekty**

Legenda:

A - aktywność

E - egzamin

PG - projekt grupowy

PK - praca kontrolna

* - w wybranych trzech przedmiotach udział obowiązkowy, w pozostałych udział dobrowolny.

1. Zintegrowana symulacyjna gra biznesowa

Otoczenie biznesu

Cele

- Pogłębienie zrozumienia istoty zarządzania przedsiębiorstwem oraz ważności procesów integracji zachodzących między jego obszarami funkcjonalnymi, ukierunkowanymi na sprawne osiągnięcie założonych celów
- Nabycie umiejętności analizowania, planowania i kontroli, jako działań naturalnych i niezbędnych w procesie zarządzania przedsiębiorstwem na szczeblu Zarządu oraz Strategicznych Jednostek Biznesu - SBJ
- Przyspieszenie procesu zdobywania doświadczenia w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem w oparciu o informacje finansowe
- Umożliwienie sprawdzenia umiejętności menedżerskich poprzez zespołowe działanie w cyklu: decyzje - wyniki - decyzje

1

semestr

Metody

Zajęcia mają formę aktywnego warsztatu z wykorzystaniem komputerowej symulacyjnej gry decyzyjnej.

Program

- 1. Symulacyjna firma – ocena pozycji konkurencyjnej**
 - Analiza sytuacji rynkowej firmy
 - Ocena kondycji finansowej firmy w kontekście jej możliwości działania na rynku
 - Identyfikacja szans i zagrożeń występujących w jej otoczeniu
- 2. Planowanie, wdrażanie i kontrola strategii zarządzania firmą**
 - Formułowanie misji oraz określanie celów strategicznych
 - Wybór i realizacja przyjętej strategii
 - Integracja zarządzania finansami z działalnością operacyjną
 - Planowanie zysku oraz przepływów gotówkowych
- 3. Ocena efektywności działań firmy a możliwości jej dalszego rozwoju**
 - Ocena efektywności działań rynkowych firmy
 - Interpretacja sprawozdań finansowych będących źródłem informacji o działalności firmy
 - Sprawność działań logistycznych a wynik finansowy
 - Racjonalizacja kosztów bieżącej działalności
 - Zarządzanie ryzykiem a analiza opłacalności
 - Kontrola i korygowanie planu strategicznego w zależności od uzyskanych wyników rynkowych i finansowych
 - Weryfikacja udoskonalonej strategii na symulacyjnym rynku
 - Analiza otrzymanych wyników rynkowych i finansowych
- 4. Ocena końcowej pozycji firmy na rynku oraz jej kondycji finansowej**
 - Analiza przyczyn sukcesów oraz niepowodzeń
 - Sporządzenie raportu końcowego
 - Prezentacja raportu końcowego
- 5. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

2. Zarządzanie organizacją i zarządzanie strategiczne

Strategia zarządzania

| | | |
|---------|--|--|
| Cele | <ul style="list-style-type: none"> ○ Podniesienie świadomości wpływu zarządzania strategicznego na kierunek działalności i rozwoju przedsiębiorstwa ○ Przedstawienie zarządzania strategicznego jako dynamicznego, ciągłego procesu ○ Rozwinięcie praktycznej wiedzy o metodach i narzędziach planowania strategicznego oraz umiejętności ich stosowania w przedsiębiorstwie ○ Zwiększenie skuteczności działania podczas wdrażania strategii przedsiębiorstwa | <div style="font-size: 48px; text-align: center;">1</div> <div style="text-align: center;">semestr</div> |
| Metody | <p>Zajęcia prowadzone są w formie interaktywnego warsztatu w oparciu o interaktywne prezentacje, analizę przypadków, pracę zespołową, dyskusje i prezentacje. Przykłady, ćwiczenia, business cases.</p> | |
| Program | <ol style="list-style-type: none"> 1. Koncepcje i elementy zarządzania strategicznego <ul style="list-style-type: none"> ○ Strategia, wizja, misja, obszary i kierunki strategiczne ○ Statyczne i dynamiczne podejście do strategii – strategia jako proces ○ Poziomy planowania strategicznego 2. Analiza otoczenia <ul style="list-style-type: none"> ○ Makrootoczenie ○ Analiza branży ○ Planowanie scenariuszowe 3. Przewaga konkurencyjna <ul style="list-style-type: none"> ○ Strategie konkurencyjne ○ Zasoby i kompetencje ○ Zrównoważony rozwój i strategia konkurencyjna 4. Opcje strategiczne <ul style="list-style-type: none"> ○ Rozwój działalności ○ Strategiczne innowacje 5. Wdrażanie strategii <ul style="list-style-type: none"> ○ Strategiczne przywództwo: łączenie i synchronizowanie działań ○ Realizacja strategii w praktyce 6. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej | |

3. Zachowania w organizacji

Strategia zarządzania

Cele

- Wzbogacenie praktycznej wiedzy dotyczącej uwarunkowań pracy ludzi w organizacji
- Poznanie wpływu zmiennych osobowościowych na sposób funkcjonowania pracownika w firmie
- Wprowadzenie do problematyki motywacji
- Poznanie technik zarządzania konfliktem w organizacji
- Wzmocnienie kompetencji komunikacyjnych

1

semestr

Metody

Zajęcia mają formę aktywnego warsztatu przy wykorzystaniu techniki partycypacyjnej; podstawowe narzędzia stosowane podczas zajęć: wykłady interaktywne, praca w parach i grupach, dyskusje moderowane, testy psychologiczne, symulacje zachowań rejestrowane i odtwarzane w systemie audiowizualnym.

Program

- 1. Osobowość pracownika a efektywność działania w środowisku pracy**
 - Typologie osobowości przydatne w praktyce menedżerskiej
 - Diagnoza czynników osobowościowych niezbędnych w realizacji celów firmy
 - Inteligencja IQ versus inteligencja emocjonalna EQ
- 2. Percepcja – skąd biorą się różnice w postrzeganiu zjawisk gospodarczych**
 - Psychologiczna natura percepcji zjawisk
 - Wpływ zmiennych osobowościowych na spostrzeganie
 - Źródła i metody minimalizacji błędów poznawczych
- 3. Uczenie się – proces wzmacniania konkurencyjności rynkowej**
 - Proces uczenia się w świetle teorii psychologicznych
 - Co to jest „organizacja ucząca się”
 - Metody wsparcia procesu uczenia się pracowników
- 4. Znaczenie efektywnej komunikacji w pracy zawodowej**
 - Przebieg procesu komunikacji
 - Komunikacja werbalna i niewerbalna
 - Zaawansowane techniki komunikacji interpersonalnej
 - Komunikacja w nowoczesnej organizacji
- 5. Psychologiczne aspekty konfliktu**
 - Opór pracowników przed zmianą i konfliktem
 - Istota i przyczyny konfliktów w organizacji
 - Poziomy konfliktów w organizacji
 - Sposoby rozwiązywania konfliktów
- 6. Wprowadzenie do problematyki motywacji**
 - Modele motywacji przydatne w praktyce menedżerskiej
 - Rola motywacji finansowej i pozafinansowej
 - Techniki wspierające motywację pracowników
- 7. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

4. Ekonomiczne aspekty zarządzania

Otoczenie biznesu

Cele

- Dostarczenie wiedzy na temat zachowania się poszczególnych uczestników rynku i ich konsekwencji dla jednostek indywidualnych i całej gospodarki
- Dostarczenie wiedzy na temat relacji popytu i podaży i ich wpływu na ceny, ilości dóbr, zachowanie konsumenta i producenta
- Wyjaśnienie zachowań przedsiębiorstw, umiejętność podejmowania decyzji w długim i krótkim okresie
- Podejmowanie decyzji i zachowanie przedsiębiorstwa w różnych warunkach konkurencji rynkowej

1

semestr

Metody

Podstawowe narzędzia stosowane podczas zajęć: wykłady interaktywne, ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, rozwiązywanie zadań i analiza przypadków.

Program

- 1. Popyt, podaż, rynek**
 - Wprowadzenie, elementy mikroekonomii, przedmiot analizy mikroekonomicznej i jej praktyczne wykorzystanie
 - Gospodarka rynkowa, rynek, mechanizm rynkowy
 - Popyt a wielkość popytu, prawo popytu, determinanty zmian popytu
 - Podaż a wielkość podaży, prawo podaży, determinanty podaży
 - Równowaga rynkowa
- 2. Elastyczność popytu i podaży**
 - Elastyczność cenowa popytu i podaży
 - Determinanty elastyczności cenowej popytu i podaży
 - Elastyczność dochodowa popytu
 - Determinanty elastyczności dochodowej popytu
 - Klasyfikacja dóbr: normalne, niższego rzędu/substytucyjne, komplementarne
- 3. Teoria zachowania konsumenta**
 - Użyteczność całkowita i krańcowa
 - Pojęcie i rodzaje krzywych obojętności
 - Linia budżetowa i punkt równowagi konsumenta
 - Efekt substytucyjny i dochodowy zmiany ceny dobra
- 4. Teoria zachowania producenta**
 - Ekonomiczne uwarunkowania decyzji przedsiębiorstwa – analiza ogólna, koszt krańcowy i utarg krańcowy
 - Koszty całkowite i przeciętne w długim okresie (korzyści skali)
 - Koszty w krótkim okresie, prawo malejących przychodów
 - Decyzje w długim i krótkim okresie
- 5. Struktury rynku**
 - Cechy konkurencji doskonałej
 - Monopol
 - Oligopol
 - Konkurencja monopolistyczna
- 6. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

5. Wystąpienia publiczne i sztuka prezentacji

Psychologia biznesu

Cele

- Nauczenie sposobów skutecznej, świadomej, ukierunkowanej na osiągnięcie swoich celów komunikacji z odbiorcami
- Usprawnienie takich kompetencji jak: opanowanie mowy ciała, operowanie głosem, komunikacja z odbiorcami, przygotowanie adekwatnych przekazów
- Udoskonalenie umiejętności radzenia sobie w sytuacjach kryzysowych bądź pod presją czasu, manipulacji, wrogości

1

semestr

Metody

Zajęcia polegają na dostarczaniu Uczestnikom potrzebnej wiedzy w formie wykładów interaktywnych, przykładów oraz ćwiczeniach – indywidualnych i grupowych.

Program

- 1. Wstęp do wystąpień publicznych**
 - Wyjątkowość sytuacji wystąpienia publicznego
 - Scena i jej wpływ (co z nami robi wystąpienie publiczne)
- 2. Rodzaje wystąpień publicznych**
 - Siedem pytań do osoby występującej publicznie
- 3. Elementy pierwszego wrażenia**
 - Mowa ciała, wykorzystanie gestów, postawy, przestrzeni
 - Wykorzystanie głosu w budowaniu narracji: pauzy, dynamika, intonacja
- 4. Budowanie struktury prezentacji**
 - Metoda INTRO
 - Metoda prezentacji perswazyjnej 4xP
 - Pitch inwestorski - metody konstruowania
- 5. Wykorzystanie narzędzi technicznych podczas prezentacji**
 - Wizualizacja, ikonografia, style prezentacyjne
 - Power Point, Prezi i inne narzędzia wspomagające proces prezentacji
- 6. Emocje podczas wystąpienia publicznego**
 - Sposoby postępowania w sytuacji tremy
 - Techniki poznawcze, praca z ciałem, przygotowanie przestrzeni, zadbanie o siebie
- 7. Wystąpienia publiczne jako jeden ze sposobów komunikacji interpersonalnej**

6. Kierowanie zespołem

Psychologia biznesu

Cele

- Poznanie zasad budowania i cech efektywnego zespołu
- Wzmocnienie technik usprawniających komunikację w zespole
- Analiza ról, jakie mogą pełnić w zespole
- Poznanie słabości i pułapek działań zespołowych
- Role i kompetencje lidera zespołu

1

semestr

Metody

Zajęcia mają formę aktywnego warsztatu przy wykorzystaniu techniki partycypacyjnej; podstawowe narzędzia stosowane podczas zajęć: wykłady interaktywne, praca w grupach, dyskusje moderowane, testy psychologiczne, symulacje, praca z kamerą.

Program

- 1. Kluczowe cechy efektywnego zespołu**
 - Cechy różnicujące zespół od grupy lub zbiorowiska
 - Cechy sprawnego zespołu: cel, kod komunikacyjny, plan działania
 - Dobór i podział ról grupowych zgodny z predyspozycjami osobistymi
 - Optymalna wielkość i struktura zespołu w zależności od zadania
- 2. Proces rozwoju zespołu**
 - Etapy rozwoju zespołu
 - Działania przełożonego wpływające na skuteczność zespołu na różnych etapach jego rozwoju
 - Wsparcie procesów rozwoju w zespole
- 3. Zarządzanie strukturą zespołu**
 - Elementy doboru struktury zespołu i jego członków w aspekcie merytorycznym, społecznym i psychologicznym,
 - Zarządzanie dynamiką zespołu w ujęciu indywidualnych stylów pracy w zespole
 - Podejmowanie decyzji zespołowych
- 4. Komunikacja w efektywnym zespole**
 - Techniki skuteczne w komunikacji zespołowej
 - Bariery w komunikacji zespołowej i sposoby ich unikania
 - Konflikt jako szansa na wzrost efektywności komunikacji w zespole
- 5. Słabości i pułapki działań zespołowych**
 - Dyfuzja odpowiedzialności i efekt gapowicza
 - Syndrom myślenia grupowego
 - Wpływ obecności innych na jakość i ilość wykonywanych zadań
 - Konformizm i wpływ społeczny
- 6. Działania przywódcze w zespole**
 - Rola lidera zespołu i jego wpływ na rozwój pracowników
 - Metody wzmacniania zaangażowania w działania w kontekście osiągnięcia celów
 - Praktyczne zasady umiejętnego stawiania celów
 - Wykorzystanie siły zespołu dla motywacji pracowników
- 7. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

7. Etyka w biznesie

Otoczenie biznesu

Cele

- Refleksja etyczna nad życiem gospodarczym
- Analiza postaw i zachowań podmiotów gospodarujących w dobie szybkich cywilizacyjnych przemian
- Dostarczenie narzędzi etycznych pozwalających działać skutecznie zgodnie z zasadami Społecznej Odpowiedzialności Biznesu

1

semestr

Metody

Zajęcia mają charakter otwarty, analizowane są sytuacje i zdarzenia gospodarcze, w których uwidaczniają się konflikty i dylematy moralne. Prowadzone są w formie aktywnego warsztatu przy wykorzystaniu techniki partycypacyjnej; podstawowe narzędzia stosowane podczas zajęć: wykłady interaktywne, praca indywidualna oraz w grupach, dyskusje moderowane, prezentacje wideo.

Program

- 1. Etyczny wymiar gospodarowania. Zakres i cel etyki biznesu**
 - Geneza etyki biznesu
 - Dobra kulturowe – świat wartości człowieka
 - Natura działań gospodarczych. Cel definiujący biznes
- 2. Wolność wyboru i odpowiedzialność**
 - Wybory i ich ograniczenia
 - Rodzaje i poziomy odpowiedzialności
 - Konflikt wartości. Wartości ekonomiczne a wartości moralne
- 3. Praca i jej etyczny wymiar**
 - Przedsiębiorstwo – podmiot moralny
 - Etos pracy
 - Przywództwo etyczne
 - Wewnętrzny system ujawniania nadużyć
 - Sposoby rozwiązywania problemów moralnych
- 4. Społeczna odpowiedzialność biznesu**
 - Podstawowe modele społecznej odpowiedzialności biznesu
 - Własność i jej etyczny wymiar
 - Odpowiedzialność wobec interesariuszy
- 5. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

1. Rachunkowość zarządcza

Rachunkowość i Finanse

Cele

- Przedstawienie podstawowych zasad funkcjonowania rachunkowości zarządczej
- Nabycie umiejętności analizowania wyników przedsiębiorstwa na różnych poziomach szczegółowości
- Nabycie umiejętności efektywnego zarządzania kosztami
- Nabycie umiejętności podejmowania świadomych decyzji kosztowych

2

semestr

Metody

- Prezentacja zagadnień przez prowadzącego
- Warsztaty – analiza matematyczna wybranych problemów
- Prezentacje przez studentów narzędzi rachunkowości zarządczej na podstawie ich doświadczeń zawodowych
- Dyskusje i analizy z udziałem całej grupy Uczestników

Program

- 1. Wstęp – rachunkowość zarządcza**
 - Podstawowe cele i zasady rachunkowości zarządczej
 - Rachunkowość zarządcza a zarządzanie wartością firmy
 - Rachunkowość zarządcza a rachunkowość finansowa
- 2. Koszty**
 - Koszty – definicja, podział
 - Metody rozliczania i analizy kosztów
- 3. Klasyczna analiza progu rentowności (BEP)**
 - Koncepcja punktu krytycznego (break even point), analiza progu rentowności
 - Specyfika działalności a struktura kosztów
- 4. Metody zarządzania kosztami**
 - Rachunek kosztów pełnych i rachunek kosztów zmiennych.
 - Metoda kosztów docelowych
 - Rachunek kosztów ABC (Activity Based Costing) i TD ABC (Time Driven Activity Based Costing)
 - Koszty normatywne – wyznaczanie i analiza
 - Zarządzanie kosztami procesów i projektów
 - Budżetowanie
 - Wykorzystanie Balanced Scorecard (BSC) jako narzędzia rachunkowości zarządczej
- 5. Zarządzanie efektywnością**
 - Formuły ustalania cen dla różnych modeli rachunku kosztów
 - Dolne granice cen i polityka cenowa przedsiębiorstwa
 - Symulacje wyniku finansowego w relacji: wolumen - cena – koszty (V-P-C)
 - Analiza relacji pomiędzy kosztami, wolumenem i wynikiem (zyskiem)(relacja C-V-P)
- 6. Rachunkowość zarządcza – podstawowe problemy funkcjonowania**
 - Umieszczenie rachunkowości zarządczej w strukturze przedsiębiorstwa
 - Podstawowe problemy
 - Rachunkowość zarządcza, a inne systemy funkcjonujące w przedsiębiorstwie
- 7. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

2. Zarządzanie procesami i jakością

Procesy i projekty

- | | |
|------|--|
| Cele | <ul style="list-style-type: none"> ○ Poznanie istoty i uwarunkowań zarządzania procesami biznesowymi ○ Opanowanie techniki organizacji projektów, tworzenia lub reinżynierii procesów biznesowych ○ Poznanie metod analizy danych procesu biznesowego ○ Poznanie metod usprawniania procesów biznesowych ○ Poznanie istoty i uwarunkowań zarządzania jakością ○ Uświadomienie znaczenia kultury jakości w firmie ○ Poznanie dostępnych systemów zarządzania jakością ○ Opanowanie technik narzędziowych z diagnozowania i doskonalenia jakości |
|------|--|

2

semestr

- | | |
|--------|---|
| Metody | <p>Zajęcia mają formę aktywnego warsztatu przy wykorzystaniu techniki partycypacyjnej; podstawowe narzędzia stosowane podczas zajęć: wykłady interaktywne, praca w grupach, dyskusje.</p> |
|--------|---|

- | | |
|---------|--|
| Program | <ol style="list-style-type: none"> 1. Koncepcja procesu <ul style="list-style-type: none"> ○ Relacja między celami, zasobami i efektywnością organizacji gospodarczej ○ Definicja procesu ○ Kategorie procesów ○ Funkcjonowanie procesów w organizacji funkcjonalnej 2. Zarządzanie procesem biznesowym (BPM) <ul style="list-style-type: none"> ○ Pojęcie procesu biznesowego ○ Istota BPM; definicja BPM, geneza BPM, korzyści z BPM ○ Aspekty zarządzania procesem biznesowym ○ Organizacyjne uwarunkowania funkcjonowania BPM 3. Organizowanie projektu BPM <ul style="list-style-type: none"> ○ Tworzenie zespołu procesowego ○ Tworzenie zespołu projektu BPM ○ Mapa drogowa dla projektu BPM 4. Organizacja pracy w projekcie BPM <ul style="list-style-type: none"> ○ Formułowanie misji procesu ○ Mapowanie procesu ○ Ustalanie wymagań dla procesu ○ Ustalanie mierników i sposobów mierzenia w procesie ○ Tworzenie systemu kontroli i monitorowania w procesie ○ Przygotowanie planu zbierania danych 5. Metody usprawniania procesów <ul style="list-style-type: none"> ○ Organizacja grup usprawnieniowych Kaizen – Lean ○ Organizacja projektów DMAIC 6. Koncepcja jakości <ul style="list-style-type: none"> ○ Definicje jakości ○ Rozwój jakości ○ Aspekty jakości 7. TQM <ul style="list-style-type: none"> ○ Geneza TQM ○ Zasady funkcjonowania TQM ○ Dziesięć punktów Deminga 8. ISO <ul style="list-style-type: none"> ○ Geneza i rozwój ISO ○ ISO 9000-2000 ○ 8 zasad jakości w ISO ○ Proces certyfikacji ISO |
|---------|--|

9. Japońskie systemy jakości

- Kanban
- Kaizen

10. Lean Six Sigma

- Filozofia Six Sigma i Lean
- Aspekty organizacyjne Lean Six Sigma
- Projekty DMAIC i DFLSS-DMADV

11. Narzędzia jakości

- Drzewo potrzeb klienta
- QFD
- Schemat Ishikawy
- Technika 5 Whys
- Wykres Pareto

12. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej

3. Zarządzanie finansowe

Finanse

Cele

- Rozumienie zasad rachunkowości i konstrukcji sprawozdań finansowych
- Zaznajomienie się z wynikami analiz wskaźnikowych i wykorzystanie ich w procesie podejmowania decyzji
- Poznanie podstawowych technik oceny projektów inwestycyjnych
- Zaprezentowanie i przećwiczenia na kanwie wybranych studiów przypadku analizy wrażliwości i prognozy rentowności projektu
- Nabycie umiejętności wykorzystania arkuszy kalkulacyjnych w rozwiązywaniu problemów dotyczących oceny projektów inwestycyjnych do konstruowania modeli finansowych

2

semestr

Metody

Zajęcia mają formę aktywnego warsztatu z udziałem Uczestników; podstawowe narzędzia stosowane podczas zajęć: wykłady interaktywne, praca w parach i grupach z zastosowaniem narzędzi informatycznych (arkusz kalkulacyjny), dyskusje.

Program

- 1. Wprowadzenie do rachunkowości – źródła informacji**
 - Główne założenia i zasady rachunkowości: zasada memoriałowa, zasada periodyzacji, zasada współmierności przychodów i kosztów
 - Rachunkowość finansowa, podatkowa i zarządcza
 - Pojęcia: przychody, koszty, nakłady, wydatki, wpływy
 - Wydatki kapitałowe (CAPEX) i ich wpływ na wyniki finansowe
 - Wydatki operacyjne (OPEX) i ich wpływ na wynik finansowy
 - Amortyzacja i jej wpływ na zysk i przepływy pieniężne
 - Remonty a ulepszenia – finansowe skutki podjętych decyzji
- 2. Zasady i dokumenty opisujące stan oraz dokonania finansowe firmy lub zorganizowanej części**
 - Przychody, koszty i zysk przedsiębiorstwa w ujęciu podatkowym, bilansowym i zarządczym
 - Rachunek zysków i strat
 - Bilans
 - Rachunek przepływów pieniężnych
 - Pojęcia: EBT, EBIT, EBITDA, EBIDA, EBITDAR, WC, NWC, CE, CI, NA
 - Cele finansowe (KPI finansowe) stawiane kadrze kierowniczej
- 3. Finansowa ocena działalności firmy**
 - Analiza wypłacalności, wskaźniki: D/E; ICR, DSCR
 - Analiza płynności, wskaźniki płynności: CR, QR, SQR
 - Metody pomiaru efektywności, wskaźniki: DSO; DSI, DPO
 - Analiza rentowności, wskaźniki: ROS; ROCE, ROE, GMROI
 - Dźwignia finansowa FLE, DFL
 - Analiza współzależności: płynność – rentowność
 - Decyzje menedżerskie wpływające na efektywność
- 4. Zarządzanie kapitałem pracującym**
 - Kapitał pracujący (WC) i kapitał pracujący netto (NWC)
 - Należności i ich wpływ na przepływy pieniężne i rentowność
 - Zobowiązania handlowe, terminy płatności
 - Koszt kredytu kupieckiego
 - Koszty finansowania zapasów
- 5. Projekty inwestycyjne rodzaje i typy**
 - Rodzaje inwestycji
 - Typy inwestycji z punktu widzenia generowanych przepływów
 - Rodzaje korzyści
 - Inwestycje wymuszone
- 6. Matematyka finansowa - wartość pieniądza w czasie**
 - Nominalna i efektywna stopa procentowa

- Wartość przyszła i kapitalizacja (FV)
 - Wartość bieżąca i dyskontowanie (PV)
 - Wartość przyszła annuity (FVA)
 - Wartość bieżąca annuity (PVA)
 - Wartość bieżąca perpetuity (PVP)
- 7. Narzędzia i metody oceny projektów inwestycyjnych w oparciu o przepływy pieniężne**
- Stopa dyskonta – WACC, MCC
 - Wartość bieżąca netto (NPV, MNPV)
 - Wewnętrzna stopa zwrotu (IRR, MIRR)
 - Wskaźniki: PI, NPVR, V.I.R
 - Metoda czasu zwrotu (PB, DPP)
- 8. Szacowanie parametrów finansowych projektu**
- Podstawowe pojęcia związane z rachunkiem przepływów pieniężnych generowanych przez projekt: FCF, FCFF, FCFE, DCF, DCFF, DCFE
 - Szacowanie nakładów inwestycyjnych
 - Amortyzacja środków trwałych i jej rola w przepływach pieniężnych
 - Szacowanie zmian w kapitale pracującym
 - Szacowanie wartości końcowej (rezydualnej) projektu
- 9. Analiza wrażliwości projektu - symulacje w arkuszach kalkulacyjnych**
- Analiza scenariuszy
 - Analizy jedno i wielokierunkowe
 - Analiza wrażliwości projektu metodą +/- 10%
 - Analiza wrażliwości projektu metodą progową $NPV = 0$
- 10. Wybrane studia przypadku**
- Bezwzględny rachunek opłacalności
 - Względny rachunek opłacalności
 - Analiza projektów o przepływach mieszanych
 - Zastosowanie DCF do zadań wykorzystujących metody: TCO, LLC
- 11. Praktyczne wnioski dla Kadry Kierowniczej**

4. Zarządzanie marketingowe

Otoczenie biznesu

Cele

- Zapoznanie uczestników z koncepcjami i pojęciami z zakresu zarządzania marketingowego
- Zwiększenie proklienckiej orientacji uczestników programu
- Zapoznanie się z metodologią dochodzenia do kluczowych decyzji marketingowych
- Poznanie i przeciwiczenie wybranych technik zakresu marketing-mix

2

semestr

Metody

Zajęcia mają formę warsztatową przy wykorzystaniu techniki partycypacyjnej. Podstawowe narzędzia stosowane podczas zajęć to: prezentacje interaktywne, dyskusje moderowane, analiza case studies, zadania zespołowe i indywidualne.

Program

- 1. Koncepcja i podstawowe pojęcia zarządzania marketingowego**
 - Marketing jako proces budowania wartości
 - Orientacja na klienta
 - Zarządzanie marketingowe
- 2. System informacji rynkowej i badania marketingowe**
 - Zakres informacji marketingowej
 - Techniki badań marketingowych
 - Wykorzystanie badań w decyzjach zarządczych
- 3. Planowanie marketingowe**
 - Proces planowania marketingowego
 - Segmentacja rynku, wybór rynku docelowego i pozycjonowanie
 - Cele i strategie marketingowe
 - Plan marketingowy
- 4. Kreowanie wartości dla klienta**
 - Marketingowe rozumienie produktu / usługi
 - Kluczowe decyzje w zarządzaniu produktem
 - Budowa marki jako kluczowy proces marketingowy
 - Kluczowe decyzje w zarządzaniu marką
- 5. Komunikacja marketingowa**
 - Analizy komunikacyjne
 - Planowanie komunikacji marketingowej
 - Narzędzia komunikacji marketingowej
- 6. Zarządzanie cenami i sprzedażą**
 - Strategie cenowe
 - Taktyczne decyzje cenowe
 - Elementy zarządzania sprzedażą
- 7. Zarządzanie relacjami z klientem**
 - Zadowolenie i lojalność klientów
 - Warunki skutecznego budowania długofalowych relacji z klientami
 - Działania wzmacniające lojalność klientów
- 8. Kontrola działalności marketingowej**
 - Narzędzia kontroli skuteczności i efektywności działalności marketingowej
 - Wybrane wskaźniki wykorzystywane w kontroli marketingowej
 - Interpretacja wskaźników i podejmowanie decyzji
- 9. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

5. Metodologia projektu dyplomowego / Zarządzanie różnorodnością

Otoczenie biznesu

| | | |
|---------|---|---|
| Cele | <ul style="list-style-type: none"> o Zapoznanie uczestników i uczestniczek z zasadami pisania projektów dyplomowych o Przedstawienie metod badawczych o Przekazanie wiedzy na temat tematyki, struktury i zakresu projektu dyplomowego o Zapoznanie Uczestników z wymogami stawianymi projektom dyplomowym MBA o Uświadomienie Uczestnikom siły różnic i mocy działania stereotypów w miejscu pracy o Budowa wrażliwości i otwartości na różnicę o Przekazanie wiedzy dot. prawa pracy w aspekcie mobbingu i dyskryminacji o Wykształcenie i trening kompetencji budowania różnorodnego zespołu | <div style="font-size: 48px; font-weight: bold; margin: 0;">2</div> <div style="font-size: 24px; font-weight: bold; margin: 0;">semestr</div> |
| Metody | <p>Zajęcia mają formę warsztatową przy wykorzystaniu techniki partycypacyjnej. Podstawowe narzędzia stosowane podczas zajęć to: prezentacja interaktywna, dyskusja moderowana, analiza case studies, zadania zespołowe i indywidualne.</p> | |
| Program | <ol style="list-style-type: none"> 1. Metodologia projektu dyplomowego <ul style="list-style-type: none"> o Zasady pisania projektów dyplomowych o Tematyka, struktura, zakres i metody badawcze o Wymogi dotyczące projektów dyplomowych 2. Diagnoza różnorodności w zespole <ul style="list-style-type: none"> o Budowanie różnorodnego zespołu o Korzyści z budowania różnorodnych zespołów o Zespół otwarty na zmianę o Definiowanie potrzeb pracowników ze względu na różnice 3. Kompetencje radzenia sobie z różnorodnością <ul style="list-style-type: none"> o Inteligencja emocjonalna o Inteligencja kulturowa o Stereotypy i uprzedzenia o Radzenie sobie z różnicami na poziomie jednostek/grup/organizacji 4. Źródła różnorodności <ul style="list-style-type: none"> o Zarządzanie wiekiem w organizacji o Zarządzanie płcią w organizacji o Zarządzanie różnicami międzykulturowymi w organizacji o Różnorodność – inkluzywność – innowacje 5. Polityka równych szans <ul style="list-style-type: none"> o Audyt różnorodności o Monitorowanie wykluczenia w organizacji o Prawo pracy a budowanie polityki równości szans o Przeciwdziałanie mobbingowi i dyskryminacji w organizacji 6. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej | |

1. Systemy informacyjne biznesu

Procesy i projekty

Cele

- Przedstawienie najnowszych trendów w biznesie elektronicznym i marketingu internetowym
- Prezentacja najciekawszych rozwiązań internetowych i informatycznych wspomagających wyszukiwanie informacji oraz pracę grupową
- Uświadomienie możliwości i roli we współczesnej organizacji systemów klasy Business Intelligence oraz Customer Relationship Management
- Wprowadzenie w zagadnienia zarządzania dużymi projektami informatycznymi (klasy ERP) oraz strategii informatyzacji

3

semestr

Metody

Zajęcia mają formę aktywnego warsztatu przy wykorzystaniu techniki partycypacyjnej; podstawowe narzędzia stosowane podczas zajęć: interaktywne wykłady, dyskusje moderowane, studia przypadków.

Program

- 1. Biznes elektroniczny i marketing internetowy**
 - Modele e-biznesu
 - Systemy społecznościowe i potencjał ich wykorzystania w biznesie
- 2. Wyszukiwanie informacji w sieci i narzędzia wspomagające pracę grupową**
 - Zaawansowane funkcje wyszukiwarki Google
 - Alternatywne wyszukiwarki oraz źródła wiedzy
 - Systemy pracy grupowej Google: kalendarze, dokumenty, formularze, witryny
- 3. Techniki i strategie marketingu internetowego**
 - Modele opłat
 - Efektywność
 - Marketing w wyszukiwarkach (Google AdWords)
 - Monitoring kampanii (Google Analytics)
- 4. Najlepsze i najgorsze praktyki projektowania stron internetowych**
 - Podstawy analizy funkcjonalnej
 - Przegląd najciekawszych witryn www
 - Warsztat: analiza przykładowej strony firmowej
- 5. Systemy BI oraz CRM**
 - Business Intelligence – prezentacja możliwości
 - Systemy CRM (Customer Relationship Management)
- 6. Strategie informatyzacji, systemy klasy ERP**
 - Strategie informatyzacji w dużych organizacjach
 - Systemy klasy ERP:
 - a. Obszary funkcyjne
 - b. Metodyki i narzędzia wspomagające zarządzanie projektami
 - c. Zarządzanie ryzykiem we wdrożeniach systemów klasy ERP
 - Trendy: cloud computing, SOA (Service Oriented Architecture)
- 7. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

2. Zarządzanie zasobami ludzkimi

Psychologia biznesu

Cele

- Poznanie pełnego procesu zarządzania zasobami ludzkimi
- Nabycie umiejętności niezbędnych do realizowania strategii personalnej firmy
- Rozwinięcie umiejętności stosowania metod rekrutacji i selekcji pracowników
- Poznanie praktycznych aspektów systemów motywacyjnych
- Przedstawienie metod derekrutacji

3

Metody

Zajęcia prowadzone są metodami wykładowymi oraz metodami aktywnego uczestnictwa: studia przypadków, ćwiczenia, rozwiązywanie problemów i testów, zadania zespołowe i indywidualne.

semestr

Program

- 1. Zarządzanie zasobami ludzkimi**
 - Integracja procesów zarządzania zasobami ludzkimi z procesami biznesowymi
 - Kształtowanie strategii zarządzania zasobami ludzkimi w oparciu o cele firmy
 - Wdrażanie strategii zarządzania zasobami ludzkimi
- 2. Kultura organizacyjna**
 - Charakterystyka kultury organizacyjnej
 - Profile kultur organizacyjnych
 - Ocenianie kultury organizacyjnej
 - Działania ukierunkowane na zmianę kultury i postaw pracowników
- 3. Zarządzanie kompetencjami pracowników**
 - Istota kompetencyjnego podejścia do zarządzania ludźmi
 - Definiowanie kompetencji
 - Kompetencyjne opisy stanowisk pracy
 - Metody pomiaru i oceniania kompetencji pracowników
 - Wykorzystanie wyników oceny kompetencji do zarządzania ludźmi
 - Zagrożenia w zarządzaniu kompetencjami i sposoby ich eliminowania
- 6. Zarządzanie ludźmi w procesie zmian**
 - Przygotowywanie zmian - aspekt prawny, ekonomiczny, organizacyjny, społeczny
 - Audyt personalny
 - Identyfikacja obszarów niedopasowania zasobów ludzkich do strategii organizacji
 - Restrukturyzacja zatrudnienia - planowanie ilościowych oraz jakościowych zmian
 - Planowanie i wdrażanie działań osłonowych
- 7. Ocenianie i wynagradzanie pracowników**
 - Etapy projektowania i wdrażania systemów ocen okresowych
 - Metody doboru kryteriów oceny
 - Procedura i narzędzia oceniania
 - Główne zagrożenia we wdrażaniu i funkcjonowaniu systemów ocen
 - Etapy projektowania i wdrażania systemów wynagradzania
 - Wewnętrzne i zewnętrzne uwarunkowania strategii i polityki wynagradzania
 - Kształtowanie stałych i zmiennych składników wynagradzania
 - Analiza rynku wynagrodzeń
- 8. Rozwój pracowników**
 - Planowanie rozwoju kadry menedżerskiej i specjalistów
 - Zarządzanie talentami
 - Szkolenia – analiza potrzeb
 - Formy realizacji i sposoby oceny efektywności szkoleń
 - Pozaszkoleniowe formy rozwoju, ścieżki karier
 - Zarządzanie wiedzą
- 8. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

3. Zarządzanie projektem

Procesy i projekty

Cele

- Zrozumienie wpływu systemu i standardów zarządzania projektami na usprawnienie realizacji projektów
- Przedstawienie procesów w ramach cyklu życia projektu
- Poznanie i nabycie praktycznych umiejętności stosowania metod, technik i narzędzi zarządzania projektami
- Zrozumienie roli kluczowych dokumentów projektowych
- Upowszechnienie metodyki zarządzania projektami stosowanymi

3

semestr

Metody

Zajęcia mają formę aktywnego warsztatu przy wykorzystaniu techniki partycypacyjnej; podstawowe narzędzia stosowane podczas zajęć: wykłady interaktywne, praca w zespołach projektowych, dyskusje moderowane.

Program

- 1. System zarządzania projektami w firmie**
 - Główne obszary systemu zarządzania projektami w firmie
 - Wdrożenie systemu zarządzania projektami w firmie
 - Przykład wdrożonego systemu zarządzania projektami
- 2. Inicjowanie Projektu**
 - Różnice w inicjowaniu projektu wewnętrznego i zewnętrznego
 - Karta Projektu jako dokument inicjujący projekt
 - Kick-off meeting
- 3. Planowanie Projektu**
 - Proces planowania projektu
 - Narzędzia planistyczne (m.in. WBS, metoda ścieżki krytycznej, analiza ryzyka)
 - Streszczenie Planu Projektu jako dokument zatwierdzający plan projektu
- 4. Realizacja i Kontrola Projektu**
 - Narzędzia kontroli projektu
 - MS Project – narzędzie informatyczne
 - Wprowadzanie zmian do projektu
- 5. Zamknięcie Projektu**
 - Sposoby podsumowania projektu i wyciągnięcia wniosków
 - Raport Końcowy jako dokument kończący projekt
 - Archiwizacja projektu i celebrowanie sukcesu
- 6. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

4. Biznes globalny

Strategia zarządzania

Cele

- Poznanie głównych trendów i aktorów globalnych
- Zdefiniowanie elementów konkurencyjności firm na globalnym rynku
- Identyfikacja strategii globalnych korporacji i firm niszowych
- Omówienie znaczenia fuzji i przejęć
- Identyfikacja kompetencji globalnych własnej firmy
- Wpływ zjawisk na rynku globalnym na rynek firmy

3

semestr

Metody

Zajęcia w formie interaktywnego warsztatu z częścią wykładową, pracami zespołowymi, studiami przypadków, moderowaną dyskusją.

Program

- 1. Trendy w globalnej gospodarce**
 - Czynniki wpływające na gospodarkę światową
 - Zasoby i kompetencje globalne „mojej” firmy
 - Gracze globalni – rola krajów i korporacji z „rynków wschodzących”
 - Konkurencja z Chin i jej możliwe formy
- 2. Konkurencyjność w gospodarce światowej**
 - Filary i ranking konkurencyjności wg WEF
 - Konkurencyjność wg Portera
 - Rola i zagrożenia offshoringu w budowaniu konkurencyjności firmy globalnej
 - Kryteria lokalizacji biznesu
- 3. Rola i strategie korporacji globalnych**
 - Rozwój mega korporacji – najbardziej podziwiane firmy świata
 - Strategie globalne i zmiana modelu globalizacji (reverse innovations)
 - Przykłady firm globalnych
- 4. Szanse graczy niszowych w globalnym biznesie**
 - Charakterystyka nisz
 - Typowe strategie niszowe
 - Porównanie strategii graczy niszowych i globalnych
 - Studium przypadku – firma niszowa kontra globalna
- 5. Sojusze, fuzje i przejęcia**
 - Cele sojuszy i M&A
 - Ocena skuteczności
 - Przyczyny porażek M&A
 - Analiza wybranych przykładów fuzji i przejęć
- 6. Integracja połączonych firm**
 - Synergia kosztów i przychodów
 - Problem dopasowania kultur
 - Rola i zadania menedżera integracji
 - Studium przypadku integracji
- 7. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

5. Podstawy prawa gospodarczego

Otoczenie biznesu

Cele

- o Uzyskanie znajomości regulacji prawnych dotyczących spółek
- o Przekazanie praktycznej wiedzy związanej z oceną prawną reprezentacji kontrahentów
- o Znajomość zasad funkcjonowania organów spółki
- o Wskazanie praktycznych aspektów zapewniania interesów przedsiębiorcy przy zawieraniu umów

3

semestr

Metody

Zajęcia prowadzone są w formie seminaryjnej i obejmują ćwiczenia polegające na rozwiązywaniu określonych problemów, jakie mogą wynikać w praktyce prowadzonej działalności. Zajęcia uwzględniają praktyczne doświadczenia Uczestników.

Program

1. **Podstawowe informacje z zakresu prawoznawstwa**
2. **Prawo cywilne w systemie prawnym**
 - o Prawo cywilne a prawo gospodarcze
 - o Źródła prawa cywilnego
 - o Podstawowe pojęcia prawa cywilnego
3. **Elementy prawa kontraktów**
 - o Rodzaje umów
 - o Forma umowy (oświadczenia woli)
 - o Tryb zawarcia umowy (oferta, przetarg, negocjacje)
4. **Zabezpieczenie wykonania zobowiązań umownych**
 - o Zastaw i hipoteka
 - o Przewłaszczenie na zabezpieczenie
 - o Poręczenie, gwarancja bankowa, weksel
5. **Roszczenia z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania umowy**
 - o Odpowiedzialność kontraktowa
 - o Kara umowna, odsetki
 - o Przedawnienie roszczeń
6. **Przegląd umów najczęściej zawieranych w obrocie gospodarczym**
 - o Umowy przenoszące prawa
 - o Umowy regulujące zasady świadczenia usług
 - o Umowy o używanie rzeczy i praw
 - o Inne umowy
7. **Prowadzenie działalności gospodarczej**
 - o Zasady prowadzenia działalności gospodarczej
 - o Przedsiębiorca, przedsiębiorstwo, rejestry i ewidencje przedsiębiorców
8. **Spółki**
 - o Spółki osobowe (cywilna, jawna, komandytowa, partnerska, akcyjna)
 - o Spółki kapitałowe (z ograniczoną odpowiedzialnością, akcyjna)
 - o Procedury przekształcania, podziału i łączenia spółek prawa handlowego
 - o Zasady odpowiedzialności członków władz spółek prawa handlowego
9. **Zasady rozstrzygnięcia sporów**
 - o Ugodowe załatwianie sporów - umowa ugody
 - o Postępowanie sądowe
 - o Sądownictwo polubowne
 - o Postępowanie układowe i upadłościowe
10. **Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

6. Elementy prawa międzynarodowego

Otoczenie biznesu

Cele

- o Zaznajomienie z regulacjami prawnymi dotyczącymi umów w obrocie międzynarodowym
- o Pozyskanie wiedzy związanej z oceną prawną reprezentacji kontrahentów
- o Pozyskanie wiedzy dotyczącej mechanizmów zabezpieczania realizacji zobowiązań kontraktowych

3

semestr

Metody

Zajęcia prowadzone są w formie seminaryjnej i obejmują zarówno informacje teoretyczne jak i przede wszystkim praktyczne ćwiczenia polegające na rozwiązywaniu określonych problemów, jakie mogą wynikać w praktyce prowadzonej działalności. Zajęcia uwzględniają praktyczne doświadczenia samych uczestników.

Program

- 1. Podstawy międzynarodowego prawa handlowego**
 - o Pojęcie prawa międzynarodowego
 - o Źródła prawa handlu zagranicznego
 - o Rola instytucji międzynarodowych w tworzeniu międzynarodowego prawa handlowego
- 2. Mechanizmy kontroli handlu zagranicznego**
 - o Instytucje (Bank Światowy, Międzynarodowy Fundusz Walutowy, GATT, WTO, UE)
 - o Regulacje importu i eksportu (dumping, zasady wolnej konkurencji, dopuszczalne ograniczenia, subsydiowanie i dotacje)
- 3. Zawarcie umowy w obrocie międzynarodowym**
 - o Rodzaje umów w obrocie międzynarodowym (umowy sprzedaży, umowy o świadczenie usług, joint ventures, umowy w zakresie własności intelektualnej)
 - o Konwencja Wiedeńska w sprawie międzynarodowej sprzedaży towarów.
 - o Jak skonstruować umowę z kontrahentem zagranicznym - zagadnienia praktyczne (budowa, niektóre postanowienia kontraktowe, zagrożenia związane z podpisywaniem takich umów)
 - o INCOTERMS 2000
 - o Zabezpieczenia realizacji zobowiązań umownych
- 4. Instrumenty finansowe związane z transakcjami międzynarodowymi**
 - o Aspekt finansowy w transakcjach międzynarodowych (sposób płatności i jej zabezpieczenie)
 - o Papiery wartościowe (weksle, czeki)
 - o Akredytywa dokumentowa
 - o Instrumenty zabezpieczenia transakcji (gwarancje płatności, gwarancje właściwego wykonania umowy)
- 5. Rozstrzyganie sporów**
 - o Rola arbitrażu w umowach międzynarodowych
 - o Praktyczne konsekwencje wyboru sądu arbitrażowego
- 6. Elementy prawa Unii Europejskiej**
 - o Podstawy prawne działania UE
 - o Organizacja UE
 - o Prawo gospodarcze UE
- 7. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

1. Gra strategiczna

Strategia zarządzania

Cele

- Możliwość zweryfikowania w krótkim czasie i bez ryzyka skuteczności działania nowoczesnych metod i narzędzi zarządzania marką w konkurencyjnym otoczeniu
- Ocena umiejętności rozpoznawania siły oddziaływania poszczególnych czynników decydujących o sukcesie produktów na rynku
- Ocena umiejętności wykorzystania metod doskonalenia procesów w celu podniesienia ich efektywności
- Umożliwienie sprawdzenia umiejętności menedżerskich poprzez zespołowe działanie w cyklu: wyniki – decyzje

4

semestr

Metody

Zajęcia mają formę aktywnego warsztatu z wykorzystaniem symulacyjnej gry decyzyjnej.

Program

- 1. Symulacyjna firma – ocena sytuacji rynkowej**
 - Określenie pożądanego wizerunku firmy
 - Analiza sytuacji rynkowej
 - Ocena kondycji finansowej firmy w kontekście jej możliwości działania na rynku
 - Deklaracja misji i wybór strategii ogólnej oraz strategii funkcjonalnych
 - Opracowanie planu strategicznego
- 2. Planowanie strategii wprowadzenia produktów na rynek**
 - Funkcje produktu a oczekiwane korzyści
 - Wybór rynków docelowych
 - Kreowanie marek
 - Strategia produkcji, promocji i dystrybucji
 - Integracja zarządzania finansami z działalnością operacyjną
 - Planowane zysku oraz przepływów gotówkowych
- 3. Kontrola, korygowanie i rozbudowa strategii zarządzania marką w kolejnych okresach decyzyjnych**
 - Analiza otrzymywanych wyników rynkowych i finansowych
 - Ocena stopnia realizacji strategii firmy – zrównoważona karta wyników
 - Ocena aktualnego portfela produktów
 - Ocena słabych i mocnych stron firmy
 - Decyzje odnośnie strategii marki i cen
 - Decyzje o repozycjonowaniu marki, kreowaniu nowych marek
 - Modyfikacje strategii promocji
 - Modyfikacje strategii dystrybucji
 - Strategia produkcji
 - Inwestycje w prace badawczo - rozwojowe (R&D)
 - Systemy motywacyjne i programy pracownicze
 - Zarządzanie kosztami
 - Weryfikacja udoskonalonej strategii
- 4. Ocena końcowej pozycji firmy na rynku oraz jej kondycji finansowej**
 - Prezentacje raportów – dyskusja
 - Wnioski
 - Podsumowanie
- 5. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

2. Przywództwo i zarządzanie zmianą

Psychologia biznesu

Cele

- Poznanie zasad budowania autorytetu przywódcy
- Wzmocnienie kompetencji przywódczych
- Wzmocnienie umiejętności stosowania adekwatnego stylu przywódczego
- Wprowadzenie do problematyki coachingu

4

semestr

Metody

Zajęcia mają formę aktywnego warsztatu przy wykorzystaniu techniki partycypacyjnej; podstawowe narzędzia stosowane podczas zajęć: wykłady interaktywne, praca w parach i grupach, dyskusje moderowane, testy psychologiczne, symulacje zachowań rejestrowane i odtwarzane w systemie audiowizualnym.

Program

- 1. Model kompetencji skutecznego lidera**
 - Najważniejsze cechy skutecznego lidera
 - Główne pola kompetencji: zarządzanie zadaniami, kierowanie ludźmi, przywództwo
 - Znaczenie kompetencji kierowniczych i przywódczych
- 2. Rozwijanie władzy liderów**
 - Źródła władzy lidera
 - Władza formalna i nieformalna
 - Sytuacyjne stosowanie różnych źródeł władzy
- 3. Style przywódcze**
 - Czynniki wpływające na styl przywódczy
 - Rodzaje stylów przywódczych
 - Zastosowanie właściwego stylu przywódczego
 - Indywidualne ograniczenia w stosowaniu adekwatnego stylu
- 4. Przywództwo transformacyjne i transakcyjne**
 - Zarządzanie a przywództwo
 - Rola lidera transformacyjnego
 - Istota przywództwa transakcyjnego
 - Rozwijanie przywództwa w organizacji
- 5. Przywództwo w procesie zmian**
 - Identyfikacja potrzeby zmiany organizacyjnej
 - Czynniki wspierające i hamujące proces zmian
 - Wdrażanie procesu zmian
 - Psychologiczne aspekty zmiany
- 6. Coaching jako narzędzie wspomagające funkcje przywódcze**
 - Definicja i rodzaje coachingu
 - Wyznaczanie celów coachingowych
 - Wybór stylu coachingu
 - Prowadzenie rozmowy coachingowej
- 7. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

Poniżej przedstawiono proponowane tematy w ramach przedmiotów do wyboru.
Tematyka przedmiotów do wyboru będzie dostosowana do potrzeb i oczekiwań Uczestników.

3. Zaawansowane zarządzanie finansowe

Rachunkowość i Finanse

| | | |
|---------|---|---|
| Cele | <ul style="list-style-type: none"> ○ Zapoznanie z instrumentami finansowymi służącymi minimalizacji ryzyka rynkowego, w szczególności instrumentami pochodnymi ○ Wyjaśnienie na praktycznych przykładach metodologii doboru, zasad wyceny i zastosowania instrumentów pochodnych oraz funkcjonowania rynku tych produktów ○ Prezentacja – na podstawie wybranych przykładów – metodologii zarządzania ryzykiem: od jego właściwego zdefiniowania, poprzez ocenę jego skali, dobór metody i instrumentu zabezpieczającego aż do oceny skuteczności zabezpieczenia ○ Prezentacja i omówienie historycznych problemów związanych ze spekulacyjnym zastosowaniem instrumentów pochodnych | <div style="font-size: 48px; font-weight: bold;">4</div> <div style="font-size: 24px; font-weight: bold;">semestr</div> |
| Metody | <p>Zajęcia prowadzone są nowoczesnymi, aktywnymi metodami partycypacyjnymi z wykorzystaniem doświadczeń zawodowych wykładowców. Uczestnicy pod okiem wykładowców poszerzają swoją wiedzę i rozwijają swoje umiejętności przy pomocy ćwiczeń oraz konkretnych przykładów liczbowych.</p> | |
| Program | <ol style="list-style-type: none"> 1. Wstęp – rynek instrumentów pochodnych a rynki finansowe i walutowy 2. Studium przypadków w zarządzaniu ryzykiem: identyfikacja ryzyka, pomiar i analiza, proces wyboru instrumentu finansowego, przeprowadzenie transakcji 3. Instrumenty ochrony przed ryzykiem kursowym na rynku walutowym <ul style="list-style-type: none"> ○ Transakcje wymiany walut ○ SWAP walutowy i opcje walutowe ○ Instrumenty strukturyzowane ○ Problem z opcjami walutowych w Polsce ○ Praktyczne sposoby wykorzystania 4. Instrumenty ochrony przed ryzykiem stopy procentowej <ul style="list-style-type: none"> ○ Umowa zamiany strumieni odsetkowych (Interest Rate Swap) ○ Porozumienie dotyczące wysokości przyszłej stopy procentowej (Forward Rate Agreement) ○ Dwuwalutowa transakcja wymiany strumieni odsetkowych (Currency Interest Rate Swap) ○ Opcje na stopy procentowe ○ Praktyczne sposoby wykorzystania 5. Instrumenty ochrony przed ryzykiem kursowym na rynku kapitałowym <ul style="list-style-type: none"> ○ Kontrakty futures ○ Opcje na papiery wartościowe ○ Opcje na kontrakty futures ○ Instrumenty strukturyzowane ○ Praktyczne sposoby wykorzystania 6. Analiza scenariuszy 7. Zarządzanie ryzykiem rynkowym a zarządzanie strategiczne <ul style="list-style-type: none"> ○ Rola organów spółek w zarządzaniu ryzykiem ○ Prawne ramy zarządzania ryzykiem ○ Rola i znaczenie struktury organizacyjnej dla optymalnego funkcjonowania służb finansowych i księgowych ○ Procedury wewnętrzne w obrocie, ewidencji, potwierdzaniu i rozliczaniu instrumentów pochodnych ○ Ogólne zasady księgowania instrumentów pochodnych 8. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej | |

4. Psychologiczne aspekty zarządzania

Psychologia biznesu

Cele

- Rozwój umiejętności myślenia systemowego
- Wprowadzenie do problematyki wpływu społecznego
- Poznanie warunków dialogu
- Wzmocnienie kompetencji komunikacyjnych
- Rozumienie natury konfliktu

4

semestr

Metody

Zajęcia mają formę aktywnego warsztatu przy wykorzystaniu techniki partycypacyjnej; podstawowe narzędzia stosowane podczas zajęć: wykłady interaktywne, praca w parach i grupach, dyskusje moderowane, testy psychologiczne, symulacje zachowań rejestrowane i odtwarzane w systemie audiowizualnym.

Program

- 1. Kontrakt psychologiczny w organizacji – zarządzanie relacjami**
 - Kontrakt psychologiczny jako schemat poznawczy
 - Złamanie kontraktu psychologicznego
 - Renegocjowanie kontraktu psychologicznego
- 2. Podejście systemowe do organizacji – rozwiązywanie problemów**
 - Organizacja jako pole sił
 - Struktura pola sił
 - Efekt odroczonej konsekwencji
- 3. Skuteczne wywieranie wpływu w organizacji**
 - Wyjaśnianie zachowań innych ludzi
 - Egocentryzm poznawczy
 - Zaangażowanie czy przymus
- 4. Dialog w pracy grupowej**
 - Dialog a dyskusja
 - Emocje i poznanie w dialogu
 - Język dialogu
- 5. Konflikt w organizacji**
 - Organizacja jako system polityczny
 - Dylematy społeczne
 - Rywalizacja a współpraca
- 6. Integracja planów życiowych – zarządzanie stresem**
 - Konflikt wewnętrzny
 - Osobowość a ciało
 - Twórcze „Ja”
- 7. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**

5. Negocjacje w biznesie

Otoczenie biznesu

Cele

- Poznanie zasad prowadzenia profesjonalnych negocjacji
- Poznanie technik wpływu społecznego (perswazji)
- Poznanie „sztuczek” negocjacyjnych i obrony przed nimi

4

semestr

Metody

Zajęcia mają formę aktywnego warsztatu przy wykorzystaniu techniki partycypacyjnej; podstawowe narzędzia stosowane podczas zajęć: wykłady interaktywne, praca w parach i grupach, dyskusje moderowane, testy psychologiczne, symulacje zachowań rejestrowane i odtwarzane w systemie audiowizualnym, praktyczne ćwiczenia negocjacyjne (symulacje rozmów).

Program

- 1. Zrozumienie procesu negocjacji**
 - Negocjacje jako sytuacja komunikacyjna i perswazyjna
 - Negocjacje jako rozwiązywanie problemów i zarządzanie konfliktem
 - Negocjacje jako podejmowanie decyzji
 - Rola czynnika psychologicznego w negocjacjach
- 2. Przygotowanie negocjacji**
 - Poznanie partnera
 - Pracowanie celów oraz dolnej i górnej linii
 - Ustalenie zakresu interesów podlegających negocjacom - BATNA
 - Opracowanie różnych rozwiązań
- 3. Wybór strategii negocjacyjnej**
 - Strategia pozycyjna (definiowanie przedziałów drugiej strony, możliwe ustępstwa)
 - Strategia problemowa (budowanie zaufania, rozpoznawanie wspólnych interesów)
- 4. Etapy spotkania negocjacyjnego**
 - Nawiązanie kontaktu i zbieranie informacji (kluczowe pytania)
 - Prezentowanie oferty (argumenty i propozycje warunkowe)
 - Trudne sytuacje negocjacyjne (obiekcje, manipulacje, dylematy)
 - Finalizowanie transakcji (metody)
 - Kontynuowanie długofalowej współpracy (umowy postnegocjacyjne)
- 5. Techniki perswazji**
 - Filtry percepcji rzeczywistości w procesie perswazji
 - Wykorzystanie potęgi pytań z presupozycjami (ukrytymi założeniami)
 - Nie - ukryta moc zaprzeczeń oraz polaryzowanie
 - Implikacje, czyli jak budować związki przyczynowo-skutkowe w umyśle klienta
- 6. Taktyki i chwytty negocjacyjne**
 - Taktyki redukujące agresję (empatia, pewność siebie)
 - Taktyki eskalacyjne (wyolbrzymiania nieporozumień, groźby)
 - Przełamywanie impasu (przerwy, odkładanie na później)
 - Wprowadzenie konfliktów dodatkowych np.: danych, roli, czasu
 - Chwyty: salami, Colombo, rosyjski front, nagroda w raj, schlebienie, wycofanie oferty, teraz albo nigdy
- 7. Praktyczne wnioski dla Kadry Menedżerskiej**