



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

**„Planowanie strategiczne w MMSP”**

Nr umowy: 4/BZP/DRK/2011

**PROGRAM SZKOLENIA**

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <b>Organizator szkolenia</b>          | <b>WYG International Sp. z o.o.</b>   |
| <b>Tytuł szkolenia</b>                | Podstawowe pojęcia i poglądy na strategię przedsiębiorstwa.<br>Formułowanie strategii przedsiębiorstwa. |
| <b>Kod szkolenia</b>                  | 01/2011   |
| <b>Łączna liczba godzin szkolenia</b> | 24  |

**1. Cel i zakres szkolenia:**

| Lp. | Program szkolenia<br>(w podziale na sesje)   | Liczba godzin | Narzędzia i metody wykorzystywane w trakcie sesji* | Szczegółowy cel sesji  |
|-----|--|---------------|--|--|
| 1.  | Zarządzanie w MMŚP - wstęp do podejścia strategicznego   | 2             | Wykład - 90 min.                                   | <p>Uzyskanie przez uczestników wiedzy na temat teorii procesu zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwie, a w związku z tym uzyskanie przez nich podstaw teoretycznych pozwalających na aktywny udział w dalszej części szkolenia.</p> <p>Uczestnicy poznają koncepcję zarządzania strategicznego, taktycznego i operacyjnego, przyswoją sobie także wiadomości na temat elementów charakterystycznych dla każdej z tych warstw zarządzania.</p>   |
| 2.  | Przegląd podstawowych pojęć i koncepcji zarządzania strategicznego na podstawie studium przypadku. | 5             | Wykład – 90 min.<br>studium przypadku –135 min.    | <p>W tej sesji wprowadzone będzie studium przypadku, jako materiał przykładowych analiz i ćwiczeń wykorzystywanych także w kolejnych częściach szkolenia.</p> <p>Studium opisywać będzie przedsiębiorstwo działające w obszarze ICT (obsługa kart do obrotu bezgotówkowego przy sprzedaży B2C) oraz prowadzące prace B+R w zakresie nowych technologii (fotowoltaika). Przedsiębiorstwo to planuje rozwój eksportowy w oparciu o wytworzone nowe technologie.</p> <p>Studium zostanie szczegółowo opisane (opis zawarty będzie w materiałach), ale podczas zajęć konkretne fragmenty opisu zostaną użyte do ilustracji odpowiednich elementów szkolenia.</p> |

\* W jednostkach po 45 min

|               |   |           |   |  |
|---------------|---|-----------|---|--|
| 3.            | Analiza strategiczna organizacji oraz jej otoczenia.<br><br>Wybrane techniki analizy strategicznej  | 9         | Wykład – 75 min<br>Studium przypadku – 155 min.<br>Gry i symulacje – 175 min. | W oparciu o studium przypadku, które zostało „wprowadzone” w poprzedniej sesji, uczestnicy naberą podstawowe umiejętności związane z prowadzeniem analizy otoczenia i analizy organizacji, przy wykorzystaniu różnych technik analitycznych.<br><br>Uczestnicy rozwiną swoje kompetencje praktyczne w zakresie:<br>– Metody analizy otoczenia dalszego<br>– Metody analizy otoczenia bliższego<br><br>Analizy dotyczące firmy opisanej w studium przypadku będą prowadzone przez 4 zespoły, każdy posługujący się inną metodyką analizy (założenia analizy w konkretnym ujęciu metodologicznym zostaną przypomniane w materiale przekazanym zespołowi).<br><br>Uczestnicy rozwiną następnie swoje kompetencje praktyczne w zakresie analizy organizacji. |
| 4.            | Analiza sił i słabości firmy, budowanie profilu konkurencyjnego   | 5         | Studium przypadku – 115 min.<br>Burza mózgów – 45 min.<br>Warsztaty – 65 min. | Wspólnie z uczestnikami, na podstawie studium przypadku, zostaną zidentyfikowane typowe silne i słabe strony firmy.<br><br>Zidentyfikowane będą przewagi konkurencyjne przedsiębiorstwa oraz metody ich utrzymania i rozwoju.<br><br>Firma opisana w studium zostanie przedstawiona jako łańcuch wartości.<br><br>Na przykładzie przedsiębiorstwa opisanego w studium przypadku, uczestnicy zidentyfikują domenę firmy, scharakteryzują ją i zaproponują ewentualne modyfikacje, zgodnie z przyjętymi w scenariuszu warsztatów założeniami (praca w 3 zespołach).  |
| 5.            | Budowa zasad odpowiedzialności społecznej oraz zarządzanie różnorodnością i polityka równych szans, jako nowoczesne paradygmaty nauk o zarządzaniu. | 2         | Wykład – 20 min<br>Studium przypadków – 70 min                                | Uczestnicy szkolenia poznają koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu – prezentacja koncepcji i wynikające z niej korzyści. Realizacja założeń odpowiedzialności społecznej biznesu zostanie zaprezentowana na podstawie znanych przykładów pozytywnych (Ikea, Danone) i negatywnych (Exxon Mobile, Arthur Andersen).<br><br>W tej części szkolenia uczestnicy zbudują swoje kompetencje menadżerskie w zakresie zarządzania różnorodnością w przedsiębiorstwie a także realizacji polityki równych szans w przedsiębiorstwie. Przykładem stosowania zasad równych szans będzie firma Polmotors sp. z o.o.   |
| 6.            | Długofalowe korzyści z opracowania strategii w przedsiębiorstwie.   | 1         | Warsztaty – 45 min  | Uczestnicy wezmą udział w warsztacie, którego celem będzie porównanie rzeczywistych przypadków firm zarządzanych z perspektywą strategiczną i jej pozbawione.  |
| <b>OGÓLEM</b> |   | <b>24</b> |   |  |



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

## **2. Sprzęt niezbędny do przeprowadzenia szkolenia:**

projektor multimedialny, laptop, ekran, flipchart, flamastry, notatniki +długopisy, materiały szkoleniowe

## **3. udział form aktywizujących w szkoleniu**

Wykład: 275 minut (25,46%)

Formy aktywizujące: 805 min (74,54%)