

# I Nowoczesne zarządzanie strategiczne

Czas realizacji: 32 jednostki lekcyjne (4 x 8 jednostek lekcyjnych)

## Celem szkolenia jest:

- Przedstawienie podstawowych kierunków strategicznych wraz z przykładami ich zastosowań, a także metod pozwalających na opracowanie skutecznej strategii firmy oraz jej efektywnego wdrożenia i kontroli
- Poznanie sposobów analizy strategicznej przedsiębiorstwa
- Zdobycie umiejętności tworzenia misji i strategii firmy
- Nabycie umiejętności podejmowania strategicznych decyzji dotyczących firmy
- Nabycie umiejętności określenia krytycznych parametrów dla sukcesu firmy
- Zdefiniowanie scenariuszy rozwoju przedsiębiorstwa

## Korzyści, jakie uzyska uczestnik szkolenia to:

- Poznanie sposobów na zwiększenie i utrzymanie konkurencyjności własnego przedsiębiorstwa
- Możliwość zdefiniowania istotnych dla przedsiębiorstwa działań w horyzoncie najbliższych lat
- Zidentyfikowanie obszarów krytycznych dla własnej firmy
- Określenie źródeł ryzyka w horyzoncie najbliższych 5 lat
- Poznanie modeli i szablonów pomocnych w analizie, tworzeniu i wdrażaniu strategii w firmie
- Ukierunkowanie na myślenie strategiczne w firmie
- Zapoznanie z przykładami decyzji strategicznych na podstawie wielu studiów przypadku

## Adresaci szkolenia:

Do udziału w szkoleniu szczególnie zapraszamy menedżerów poszukujących możliwości rozwoju swojej firmy, którzy aktywnie chcą tworzyć oraz wdrażać plany strategiczne, a także budować swój indywidualny styl zarządzania w oparciu o predyspozycje zawodowe.

## Harmonogram dnia

<b>9.00 – 10.30</b>	Sesja przedpołudniowa
<b>10.30 – 10.45</b>	Przerwa na kawę
<b>10.45 – 13.00</b>	Sesja przedpołudniowa ciąg dalszy
<b>13.00 – 14.00</b>	Przerwa na obiad
<b>14.00 – 15.15</b>	Sesja popołudniowa
<b>15.15 – 15.30</b>	Przerwa na kawę
<b>15.30 – 16.30</b>	Sesja popołudniowa ciąg dalszy

## Trenerzy:

**Marek Kasperek** – dr nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu - Akademia Ekonomiczna w Katowicach. Kierownik Programowy w Polskim Stowarzyszeniu Zaopatrzenia i Logistyki – Zaopatrzenia, Kierownik Programowy w Polskim Towarzystwie Ekonomicznym Oddział w Katowicach, Kierownik Programowy w Kolegium zarządzania AE w Katowicach – zarządzanie projektem i zarządzanie projektem europejskim. Wykładowca w Wyższej Szkole Zarządzania Ochroną Pracy. Członek Polskiego Stowarzyszenia Logistyki, Polskiego Stowarzyszenia Inżynierów Praktyków. Doświadczony trener, wykładowca i doradca. W jego dorobku zawodowym znajduje się wiele projektów o charakterze doradczym, konsultacyjnym i szkoleniowym. W jego życiorys wpisuje się współpraca ze Specjalną Strefą Ekonomiczną w Katowicach, Centrum Szkolenia Energomontaż Południe, Institute for International Research w Warszawie, a także liczne szkolenia m.in. dla Armatura Kraków, Bell Polska, Browary Warka, Cementownia Górażdże, Ciech Petrol, Donnelly Polish American Printing Company Kraków, Elektrociepłownia Kraków, Kopalnia Węgla Brunatnego „Bełchatów”, Pabianickie Zakłady Farmaceutyczne „Polfa”, Philips Lighting Polska, PKT Centertel, Polskie Górnictwo Naftowe, Iskra – Zakłady Precyzyjne, ZGM Zębice w Starachowicach i wiele innych.

**Mgr Katarzyna Wachstiel** – Asystent na Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Posiada wieloletnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń i warsztatów z zakresu zarządzania zespołem, zarządzania zasobami ludzkimi, autoprezentacji, negocjacji, zarządzania czasem, treningów interpersonalnych i menedżerskich, prawa prasowego i autorskiego, promocji firmy i marketingu

## Proponowany plan szkolenia:

Numer sesji	Tezy programowe
I	<p><b>Istota zarządzania strategicznego - wprowadzanie do zarządzania strategicznego</b>  definiowanie biznesu i wybór strategii • znaczenie misji i wizji • cele strategiczne • zdefiniowanie i wybór strategii – zarządzanie strategiczne a zarządzanie operacyjne • wybór najlepszej strategii – kryteria wyboru • komunikacja w firmie a wdrażanie strategii • tworzenie i zarządzanie zespołem, przywództwo • strategia jako ciągły proces: organizacja procesu ciągłego doskonalenia się • zarządzanie zmianą</p> <p><b>Plan strategiczny</b>  rola planowania i zasady tworzenia dobrego planu • przełożenie strategii na cele operacyjne • budowanie map strategii</p>
II	<p><b>Analiza strategiczna</b>  analiza otoczenia przedsiębiorstwa – podstawowe szanse i zagrożenia, • mikrootoczenie • metody scenariuszowe analizy makrootoczenia • otoczenie konkurencyjne – jak je wykorzystywać i jak z nim walczyć • analiza pięciu sił Portera</p>
III	<p><b>Firma i jej organizacja wewnętrzna</b>  struktura organizacyjna • efektywny i skuteczny zespół strategiczny jako podstawa sukcesu budowy i realizacji strategii firmy • logistyka – skuteczne metody redukcji kosztów • infrastruktura informatyczna i Internet • analiza SWOT – analiza słabych i mocnych stron firmy</p>
IV	<p><b>Zasoby przedsiębiorstwa i fazy jego rozwoju</b>  podstawowe zasoby i zdolności niezbędne do odniesienia sukcesu na rynku •kluczowe kompetencje, które należy rozwijać i w jaki sposób• fazy rozwoju przedsiębiorstwa – jak unikać kryzysów wynikających z rozwoju firm</p>
V	<p><b>Kluczowe czynniki sukcesu</b>  analiza łańcucha wartości, czyli jak wyeliminować czynności bezproduktywne • krytyczne czynniki sukcesu • benchmarking –jako nowoczesna koncepcja zarządzania • narzędzia skutecznego i profesjonalnego controlingu strategicznego • zarządzanie poprzez koszty i wskaźniki • strategiczna analiza kosztów (ABC) – rachunek kosztów procesów</p>
VI	<p><b>Analiza strategiczna I</b>  strategie podstawowe – analiza • formułowanie strategii wzrostu i konkurowania • strategie wewnętrzne • strategie zewnętrzne • kategorie strategiczne• rola biznes planu w budowaniu i wdrażaniu strategii</p>
VII	<p><b>Analiza strategiczna II - strategie: portfel, rynek, produkt, finanse</b>  macierz BCG – analiza, który z produktów jest opłacalny, a który należy wyeliminować • plan marketingowy – jak skutecznie skonstruować własne 4P • dylematy wzrostu • finansowanie wzrostu• produkt • wskaźniki i mierniki • zalety i korzyści wynikające z wdrażania nowoczesnych koncepcji zarządzania finansami</p>
VIII	<p><b>Jak wdrożyć strategię i ją kontrolować</b>  wdrażanie strategii, zakres i procesy• metody wdrażania strategii• monitorowanie• zarządzanie zmianami• problemy przy wdrażaniu strategii • weryfikacja i ocena strategii</p>
IX	<p><b>Strategicznie zarządzanie zasobami ludzkimi (SZZL)</b>  określanie celów i metod zarządzania zasobami ludzkimi – ludzie a strategia podstawowe wyzwania • podstawowe zasady zarządzania • style kierowania a kontekst sytuacyjny i osobowość pracownika • komunikacja z pracownikami w sytuacjach związanych z zarządzaniem • motywowanie pozafinansowe • poszukiwanie i definiowanie indywidualnych czynników motywujących pracownika • rozszerzanie palety działań motywacyjnych • coaching i mentoring  - zarządzanie w sytuacji zmiany • dynamika procesu grupowego • prowadzenie spotkań roboczych • rozwiązywanie konfliktów i mediowanie • konstruktywne przekonywanie innych do swoich pomysłów • formułowanie wymagań i oczekiwań</p>
X	<p><b>Cechy kierowników i ich wpływ na działanie firmy</b>  budowanie autorytetu • kierowanie a liderowanie • delegowanie zadań i odpowiedzialności • zarządzanie zespołem • tworzenie kultury organizacji – tworzenie „odpowiedniego środowiska” do wdrażania strategii• zmiana kultury organizacyjnej- dźwignie zmiany – jak skutecznie i efektywnie wspierać zmiany w kulturze organizacyjnej</p>
XI	<p><b>Zarządzanie zmianą</b>  proces zmiany – dlaczego nasza firma i my potrzebujemy zmian? • zmiana strategiczna – zmiany długofalowe i sposób komunikowania o nich •- zmiana operacyjna – jak skutecznie zaangażować pracowników w zmiany krótkoterminowe • opór wobec zmian – jak przeciwdziałać oporowi pracowników wobec zmian</p>
Metodologia	Wykłady, ćwiczenia, wymiana doświadczeń, case study, dyskusja
Razem	32 jednostki lekcyjne