

Usługa - DIAGNOZA POTRZEB ROZWOJOWYCH PRZEDSIĘBIORSTWA na potrzeby projektu AKADEMIA MENADŻERA MŚP - 2 EDYCJA - średnia firma



4.8/5 z 1548 ocen

DIAGNOZA POTRZEB ROZWOJOWYCH PRZEDSIĘBIORSTWA na potrzeby projektu AKADEMIA MENADŻERA MŚP - 2 EDYCJA - średnia firma

Numer usługi: 2021/09/22/13873/1179596

Dostawca usług: **Mariusz Tomaszewski MTConsulting**

Miejsce usługi: **Lublin**

Dostępność: **Usługa otwarta**

Forma świadczenia: **stacjonarna**

Status usługi: **opublikowana**

PLN

5 600,00 zł netto
6 888,00 zł brutto
200,00 zł netto za godzinę
246,00 zł brutto za godzinę



Rodzaj
Doradztwo



Kategoria / Podkategoria
Biznes / Zarządzanie zasobami
ludzkimi



Dofinansowanie
Tak



od 10.12.2021
do 15.12.2021

Informacje o usłudze

Sposób dofinansowania:

wsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników

Usługa skierowana jest do firmy z sektora MŚP w ramach projektu "Akademia Menadżera MŚP"

W ramach usługi uczestnikami mogą być:

- właściciele firm z sektora MŚP
- pracownicy firm z sektora MŚP zatrudnieni na stanowiskach kierowniczych
- pracownicy firm z sektora MŚP, wobec których właściciele mają plany związane z awansem na stanowisko kierownicze.

Grupa docelowa usługi:

Usługa przeznaczona jest dla firm, które nie posiadają sporządzonej diagnozy potrzeb przedsiębiorstwa.

Data zakończenia rekrutacji:

09-12-2021

Liczba godzin usługi:

28

Podstawa uzyskania wpisu do świadczenia usługi:

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Ramowy program usługi

Diagnoza potrzeb rozwojowych przedsiębiorstwa na potrzeby projektu Akademia Menadżera MŚP obejmuje następujące elementy:

1. **Analizę strategiczną przedsiębiorstwa**, w której zostaną opisane obszary wymagające interwencji, aby zrealizować strategię.
2. **Analizę kompetencji kadry zarządzającej lub osób przewidzianych do objęcia stanowiska kierowniczego**, koniecznych do osiągnięcia strategii, na podstawie której można:
 - stwierdzić kto i w jakim zakresie posiada ewentualne luki kompetencyjne, które będą stanowić podstawę do udzielenia wsparcia edukacyjnego w ramach Projektu;
 - określić potrzeby edukacyjne grupy docelowej i zakres merytoryczny usług rozwojowych zgodnych z Opiszem uniwersalnych kompetencji menadżerskich.

Diagnoza powinna wynikać ze strategii przedsiębiorstwa.

1. Analiza strategiczna.

Sugerowany zakres obszarów analizy strategicznej pozwalającej na wyłonienie kluczowych wyzwań i problemów, które są podstawą do opracowania strategii/planu rozwoju firmy:

1.1 Analiza poziomu rozwoju przedsiębiorstwa

- Wielkość zatrudnienia w okresie ostatnich 2-3 lat oraz projekcja wielkości zatrudnienia na kolejne 2 lata.
- Poziom dojrzałości procesowej. Na ile w przedsiębiorstwie da się zidentyfikować powtarzalne procesy: zaopatrzenia, produkcji, opracowania nowych produktów, sprzedaży, dystrybucji, rozliczeń finansowych, zarządzania kapitałem ludzkim (rekrutacja, selekcja, rozwój, awansowanie).
- Poziom dojrzałości zarządzania kapitałem ludzkim. Na ile w przedsiębiorstwie da się zidentyfikować standardy pracy, wymagania dla poszczególnych stanowisk/osób – zakresy zadań, odpowiedzialności, metody rekrutowania, selekcji, awansowania, oceny, motywowania, rozwoju pracowników.
- Struktura podejmowania decyzji – jakie decyzje są podejmowane w przedsiębiorstwie i kto je podejmuje? Na ile decyzje podejmowane są wyłącznie przez właściciela/ osobę zarządzającą a na ile przez kadrę kierowniczą, pracowników?

1.2 Analiza i ocena głównych wyzwań i problemów

Analiza i ocena służy wyłonieniu głównych kierunków rozwoju i celów strategicznych przedsiębiorstwa. Można do tego wykorzystać min. analizę SWOT i analizę Kluczowych czynników sukcesu.

- Zidentyfikowane i przeanalizowane mocne i słabe strony w poszczególnych kluczowych aspektach działalności Przedsiębiorcy oraz szanse i zagrożenia w otoczeniu Przedsiębiorcy.
- Sformułowane kluczowe wnioski z analizy SWOT, pozwalające wskazać i omówić główne bariery rozwojowe oraz dźwignie wzrostu.
- W odniesieniu do poszczególnych mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń, sformułowane kierunkowe rekomendacje działań dla Przedsiębiorcy.
- Kluczowe wyzwania/problemy Przedsiębiorcy wymagające interwencji i ich przyczyny. Określone kluczowe czynniki sukcesu, obszary wymagające wsparcia o kluczowym znaczeniu strategicznym.
- Kluczowe czynniki sukcesu (KCS) – strategiczne elementy decydujące o przewadze konkurencyjnej i sukcesie przedsiębiorstwa w danej branży. Elementem KCS mogą być np. czynniki decydujące o wyborze dostawcy przez klienta.

2. Sformułowana strategia przedsiębiorstwa opisująca aktualne cele w czterech perspektywach:

- finansowej – cele związane z finansami przedsiębiorstwa;
- rynkowej – cele związane z działaniem na rynku i relacjami z klientami, pozwalające na osiągnięcie celów w perspektywie finansowej;
- procesów wewnętrznych – cele związane z poprawą, rozwojem, dopasowaniem procesów wewnętrznych pozwalających na osiągnięcie celów w perspektywie rynkowej (np. dotyczące czasu, jakości, kosztów procesów wewnętrznych);
- rozwoju – cele związane z rozwojem przedsiębiorstwa pozwalające na osiągnięcie celów w perspektywie procesów, rynkowej i finansowej (np. cele związane z kapitałem ludzkim, know-how firmy lub systemami zarządzania, przepływu informacji a także dotyczące np. kultury organizacyjnej).

2.1 Wyznaczenie celów w perspektywie finansowej

Polega na wyznaczeniu wartości, które opisują ekonomiczne skutki realizacji strategii. Do ich wyznaczenia możliwe jest wykorzystanie źródeł wiedzy pozwalających na określenie ekonomicznych czynników sukcesu, np. obejmujących:

- Ocenę kondycji finansowej przedsiębiorstwa, oceny zdolności przedsiębiorcy do finansowania bieżącej działalności oraz inwestycji rozwojowych (z uwzględnieniem możliwości pozyskania finansowania zewnętrznego przez przedsiębiorcę).
- Określenie obecnych i potencjalnych mocnych i słabych stron przedsiębiorstwa oraz szans i zagrożeń związanych z finansami przedsiębiorstwa.
- Określenie maksymalnej stopy wzrostu wartości sprzedaży, jakiej może oczekiwać firma bez pozyskiwania nowego kapitału zewnętrznego lub zmian w swojej bieżącej polityce finansowej.
- Strukturę przychodów i kosztów.

2.2 Wyznaczenie celów w perspektywie rynku

Objemuje wartości związane z ofertą generującą przychody i zapewniającą przewagi konkurencyjne i udział w rynku. Do ich wyznaczenia możliwe jest wykorzystanie źródeł wiedzy pozwalających na określenie potrzeb definiowania propozycji wartości dla klienta, np.:

- Informacje o aktualnej ofercie rynkowej przedsiębiorcy oraz strukturze przychodów.
- Informacje dotyczące poziomu zadowolenia klientów poziomu zaspokajania ich potrzeb.
- Informacje o rynkach zbytu, kanałach dystrybucji przedsiębiorcy oraz konkurencji.
- Kluczowe informacje o pozycji konkurencyjnej Przedsiębiorcy.
- Informacje dotyczące zmian potrzeb klientów, trendów wpływających na konkurencyjność na danym rynku.

2.3 Wyznaczenie celów w perspektywie procesów wewnętrznych

Objemuje wartości związane procesami w firmie a zwłaszcza tymi, które generują wartość dla klienta. Do ich wyznaczenia

możliwe jest wykorzystanie źródeł wiedzy pozwalających na określenie potrzeb dopasowania procesów i zasobów wewnętrznych do strategii, np.:

- Opis działań prowadzących do dostarczania klientom produktów i do uzyskiwania przez firmę przychodów (efektywność procesów wytwarzania i dostarczania produktu, serwisu, a także zarządzania ryzykiem).

2.4. Schemat struktury organizacyjnej

Schemat struktury organizacyjnej wraz z opisem sposobu zarządzania, zakresów odpowiedzialności poszczególnych komórek, osób, kadry kierowniczej, i uprawnień decyzyjnych.

2.5 Wyznaczenie celów w perspektywie rozwoju

Objemuje wartości związane z osiągnięciem takiego poziomu rozwoju, który zapewni realizację celów biznesowych ujętych w poprzednich trzech perspektywach. Do ich wyznaczenia możliwe jest wykorzystanie źródeł wiedzy pozwalających na określenie potrzeb rozwoju przedsiębiorstwa np.:

- Analiza najważniejszych obszarów problemowych oraz obszarów stanowiących potencjał dla rozwoju przedsiębiorstwa, obecne i potencjalne, mocne oraz słabe strony przedsiębiorcy oraz szans i zagrożeń związanych z kapitałem ludzkim.
- Analiza luk w know-how przedsiębiorstwa (w tym nowoczesnych technologii).
- Analiza map kompetencji i luk kompetencyjnych pracowników i wskazanie tych, które w obecnej sytuacji są najważniejsze do zniwelowania, aby osiągnąć cele strategiczne.
- Analiza mocnych i słabych stron zarządzania kapitałem ludzkim (w tym: sposoby motywowania, oceny i informacji zwrotnej, podnoszenia kompetencji pracowników).
- Analiza danych dotyczących kapitału ludzkiego - rotacja, dynamika i koszty zatrudnienia, inwestycje w rozwój, wakaty.
- Analiza jakości komunikacji wewnętrznej w tym zapewnianie dostępu i przepływu informacji potrzebnych w przedsiębiorstwie.

3. Plan Rozwoju kadry kierowniczej

Opis aktualnego i przyszłego poziomu kompetencji menedżerskich (szczegółowe cele/efekty uczenia się) adekwatnie do:

- Posiadanych kompetencji menedżerskich niezbędnych do realizacji strategii przedsiębiorstwa oraz do zarządzania rozwojem kapitału ludzkiego potrzebnego do rozwoju przedsiębiorstwa.
- Sytuacji przedsiębiorstwa i powszechnej wiedzy na temat wymagań kompetencyjnych kadr menedżerskich w powiązaniu z fazą rozwoju firmy, branży w której działa oraz funkcji i roli (aktualnej lub planowanej).

3.1. Plan rozwoju kadry kierowniczej w kontekście strategii przedsiębiorstwa

- Mapa rozwojowa opisująca obszary do rozwoju wskazujące na logiczne powiązanie ich z celami strategicznymi
- Cele ogólne i szczegółowe rozwoju kadry kierowniczej opisane językiem efektów uczenia się (np. uczestnik będzie potrafił..., znał..., rozumiał..., będzie zdolny do ...).
- Cele rozwoju powinny korespondować z celami strategicznymi przedsiębiorstwa i odpowiadać na zidentyfikowane kluczowe czynniki sukcesu.
- Plany rozwoju powinny obejmować okres nie dłuższy niż 2 lata.

3.2. Działania proponowane w ramach Planu Rozwoju

- Działania do realizacji w ramach wsparcia dla przedsiębiorcy i wskazanie na jakie potrzeby one odpowiadają.
- Wskazówki dla przedsiębiorcy, jakie działania należy podjąć, aby osiągnąć wyznaczone cele.

Warunki organizacyjne

Usługa składa się z dwóch części:

1. Wywiad i konsultacja z przedsiębiorcą, podczas której zbierane są informacje ilościowe i jakościowe niezbędne do opracowania diagnozy, wg załączonego programu. Wywiad odbywa się za pomocą aplikacji Zoom.
2. Praca własna konsultanta - opracowanie dokumentu diagnozy potrzeb rozwojowych przedsiębiorstwa, w razie potrzeby konsultacje (telefoniczne, mailowe) z przedsiębiorcą.

Cele usługi zostaną osiągnięte poprzez realizację rekomendacji działań oraz przeprowadzenie szkoleń dla kadry menedżerskiej wg. planu rozwoju kompetencji, wynikających z opracowanej diagnozy potrzeb rozwojowych.

Harmonogram usługi

<u>Przedmiot / temat zajęć</u>	<u>Data realizacji zajęć</u>	<u>Godzina rozpoczęcia</u>	<u>Godzina zakończenia</u>	Liczba godzin
Konsultacje 1:1 z przedsiębiorcą - wywiad i konsultacja z przedsiębiorcą - zbieranie informacji ilościowych i jakościowych niezbędne do opracowania diagnozy	10-12-2021	08:00	17:00	09:00

Opracowanie analizy strategicznej firmy + konsultacje z przedsiębiorcą	13-12-2021	08:00	12:00	04:00
Opracowanie planu rozwoju przedsiębiorcy + konsultacje z przedsiębiorcą	13-12-2021	12:00	16:00	04:00
Opracowanie planu rozwoju przedsiębiorcy w kontekście strategii przedsiębiorstwa + konsultacje z przedsiębiorcą	14-12-2021	08:00	11:00	03:00
Opracowanie działań proponowanych w ramach Planu Rozwoju + konsultacje z przedsiębiorcą	14-12-2021	11:00	14:00	03:00
Opracowanie całościowe diagnozy potrzeb rozwojowych + konsultacje z przedsiębiorcą	14-12-2021	14:00	17:00	03:00
Przekazanie opracowanego raportu przedsiębiorcy wraz z omówieniem	15-12-2021	08:00	10:00	02:00

Główny cel usługi

Cel biznesowy

Celem biznesowym usługi jest dokonanie analizy strategicznej firmy, sformułowanie strategii firmy i planu rozwoju kadry menadżerskiej oraz opracowanie dokumentu diagnozy potrzeb rozwojowych przedsiębiorstwa. Po wdrożeniu rekomendacji zawartych w diagnozie i odbyciu wynikających z niej szkoleń, firma osiągnie minimalny wzrost przychodów na poziomie min. 10% RDR (rok do roku) w ciągu 2 lat.

Efekty uczenia się

- identyfikuje słabe i mocne strony przedsiębiorstwa oraz szanse i zagrożenia w otoczeniu zewnętrznym organizacji
- definiuje główne bariery rozwojowe i dźwignie wzrostu przedsiębiorstwa
- określa kluczowe czynniki sukcesu przedsiębiorstwa
- formułuje strategię przedsiębiorstwa i wie, jak ją zakomunikować
- określa zasoby i strukturę organizacyjną niezbędną do realizacji strategii
- definiuje luki kompetencyjne kadry menadżerskiej i osób przeznaczonych do awansu na stanowisko kierownicze
- planuje rekomendowane działania rozwojowe wynikające z diagnozy potrzeb rozwojowych

Sposób weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

NARZĘDZIA/METODY WERYFIKACJI KOMPETENCJI

- Zadania realizowane podczas szkolenia
- Zadanie wdrożeniowe po szkoleniu z informacją zwrotną od trenera

Kwalifikacje

Brak wyników.

Cena

Koszt usługi netto 5 600,00 zł

Koszt usługi brutto 6 888,00 zł

Koszt godziny netto

200,00 zł

Koszt godziny brutto

246,00 zł

Adres realizacji usługi

Lublin, woj. lubelskie

Dzień 1 (konsultacje odbywają się w siedzibie przedsiębiorcy lub w innym uzgodnionym miejscu.): przeprowadzenie audytu potrzeb rozwojowych przez doradcę, tj. zebranie danych ilościowych i jakościowych na potrzeby opracowania diagnozy potrzeb rozwojowych przedsiębiorstwa. Dzień 2-4 (konsultacje z siedziby konsultanta): opracowanie dokumentu diagnozy potrzeb rozwojowych przedsiębiorstwa, w razie potrzeby konsultacje (telefoniczne, mailowe) z przedsiębiorcą.

Zajęcia poprowadzą



Patryk Piłat

Diagnozy i audyty organizacji (750h), strategię biznesowe i marketingowe, strategię komunikacji, wprowadzanie nowych produktów na rynek, design thinking, tworzenie innowacji.

3lata- kierownik ds. kontroli wewnętrznej w międzynarodowej firmie finansowej, 3 lata- manager zespołu, 4 lata- trener, konsultant biznesowy, diagnostyk w projektach rozwojowych firm, 2 lata- wykładowca na studiach podyplomowych w Wyższej Szkole Bankowej w Toruniu i Bydgoszczy, Wyższej Szkole Gospodarki w Bydgoszczy, Akademii Frycza Modrzewskiego w Krakowie.

Wyższe- Zarządzanie i Marketing – Wyższa Szkoła Handlowa we Wrocławiu, podyplomowe – Zarządzanie sprzedażą oraz marketing i komunikacja w Internecie – WSB w Gdyni.

Dodatkowo: certyfikat badacz rynku i opinii społecznej, PTBRiO, moderator i facylitator metody design thining.

4letnie doświadczenie w realizacji procesów diagnostycznych w firmach w zakresie strategii biznesowej, strategii marketingowej, procesów, komunikacji z rynkiem, luk kompetencyjnych wśród niższej i wyższej kadry zarządzającej. Realizacja ponad 50 diagnoz w segmencie MŚP (mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa), zarówno w branży produkcyjnej jak i usługowej.

Kontakt



Małgorzata Heinrich

email: bur@mtc.pl

tel: (+48) 883 329 608

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymuje materiały szkoleniowe:

- podręcznik;
- skrypt;
- prezentacja multimedialna;
- materiały ćwiczeniowe:
 - tabele
 - kanwy
 - diagramy
 - wykresy

Warunki uczestnictwa

Opracowanie diagnozy w ramach pozyskanych środków z Akademii Menedżera MŚP - 2 EDYCJA