



Zarządzanie strategiczne i marketing w czasach VUCA (studia online)

Numer usługi 2024/07/12/165297/2219684

6 545,00 PLN brutto

6 545,00 PLN netto

37,19 PLN brutto/h

37,19 PLN netto/h

Uniwersytet WSB
Merito w Toruniu
Wydział Finansów i
Zarządzania w
Bydgoszczy

Brak ocen dla tego dostawcy

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📚 Studia podyplomowe

🕒 176 h

📅 16.10.2024 do 30.06.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	<p>Studia są przeznaczone dla obecnej i przyszłej kadry zaangażowanej w budowę strategii działania, strategii sprzedaży, strategii marketingowej oraz pracowników odpowiedzialnych za marketing i sprzedaż w organizacjach niezależnie od ich wielkości. Dla właścicieli, członków zarządu, średniej i wyższej kadry menedżerskiej oraz osób aspirujących do tych stanowisk.</p> <p>Ukończenie studiów może stanowić wsparcie w ścieżce rozwoju zawodowego oraz awansu w organizacji dla osób, które mają aspiracje pracy na stanowiskach menedżerskich w obszarze marketingu i sprzedaży. Poruszane podczas studiów zagadnienia przygotowują również do planowania strategicznego właścicieli firm oraz zarządy.</p>
Minimalna liczba uczestników	15
Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	15-10-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	176
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	art. 163 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 742, z późn. zm.)

Cel

Cel edukacyjny

Celem studiów jest przygotowanie absolwenta, który skutecznie spełni swoją rolę jako osoba podejmująca strategiczne decyzje lub mająca na nie wpływ, opracowująca strategię lub ją modyfikująca, skutecznie wdrażająca zaplanowane zmiany w przedsiębiorstwie w czasach dużej zmienności i niepewności oraz niejednoznaczności sytuacji (VUCA). Cel ten zostanie zrealizowany poprzez rozwój i wzmocnienie kluczowych kompetencji poprzez nabycie wiedzy i praktycznych umiejętności w zakresie zarządzania strategii

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>WIEDZA</p> <ul style="list-style-type: none"> - wykazuje się wiedzą na temat metod i narzędzi analizy strategicznej - nabywa wiedzę z zakresu budowania modeli biznesowych - nabywa wiedzę z zakresu różnych alternatywnych metod budowania propozycji wartości dla klienta - nabywa wiedzę z zakresu budowania strategii marki - nabywa wiedzę z zakresu zarządzania ceną - nabywa wiedzę, czym jest wideo marketing i jakie są typy treści wideo - poznaje mechanizmy podejmowania decyzji przez klientów w oparciu o neuronaukę 	<p>Minimum 50% poprawnych odpowiedzi na pytania testowe wielokrotnego wyboru. Ocena odpowiedzi na pytania dotyczące metod i narzędzi analizy strategicznej, budowania modeli biznesowych, alternatywnych metod budowania propozycji wartości, strategii marki oraz zarządzania ceną.</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Wywiad swobodny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>UMIEJĘTNOŚCI</p> <ul style="list-style-type: none"> - przeprowadza z wykorzystaniem narzędzi poznanych na studiach analizę strategiczną - opracowuje modele biznesowe i - przeprowadza ocenę przy wykorzystaniu narzędzi takich jak mapa empatii i persona klienta do lepszego zrozumienia klienta - stosuje narzędzia do budowy propozycji wartości dla klienta - opracowuje i wdraża strategię komunikacji z odbiorcami - wykorzystuje w praktyce narzędzia do tworzenia innowacji - planuje dostarczanie wartości na ścieżce doświadczeń klienta -planuje działania online wspierające sprzedaż -ocenia, czy jego firma potrzebuje marketingu wideo -wdraża innowacje wartości w praktyce społeczne 	<p>Opracowanie i prezentacja projektu, w którym absolwent stosuje narzędzia do budowy propozycji wartości dla klienta, planuje innowacyjne rozwiązania oraz planuje dostarczanie wartości na ścieżce doświadczeń klienta.</p>	<p>Prezentacja</p> <p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>
<p>SPOŁECZNE</p> <ul style="list-style-type: none"> - obserwuje trendy i prowadzi analizy strategiczne - pracuje samodzielnie i w zespole - jest świadomy/a swoich mocnych stron i obszarów do rozwoju, jest otwarty/a na doskonalenie swoich kompetencji 	<p>Autorefleksji i ocen własnych kompetencji, w tym identyfikacja mocnych stron oraz obszarów wymagających rozwoju, a także plany dalszego doskonalenia swoich umiejętności.</p>	<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Świadectwo studiów podyplomowych zawiera program kierunku wraz ze zrealizowanymi godzinami i punktami ECTS. Absolwent uzyskuje zaświadczenie potwierdzające zdobyte efekty kształcenia.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych jest wydawane na podstawie uzyskania pozytywnej oceny końcowej zgodnie z Regulaminem Studiów Podyplomowych.

Studia kończą się zaliczeniem na ocenę określonym w karcie kierunku.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych jest potwierdzeniem uzyskania pozytywnego wyniku z egzaminu końcowego.

Program

WPROWADZENIE DO KIERUNKU, ROLA I ZNACZENIE STRATEGICZNEGO PODEJŚCIA DO PLANOWANIA ROZWOJU FIRMY, MARKETINGU I SPRZEDAŻY

(8 godz.)

- Rola i znaczenie zarządzania strategicznego i marketingu w czasach dużej zmienności i niepewności (VUCA)
- Wprowadzenie do kierunku - nakreślenie kluczowych obszarów podlegających kształceniu
- Leadership w zarządzaniu strategicznym, marketingu, budowaniu propozycji wartości

KLUCZOWE KOMPETENCJE W ZARZĄDZANIU PRZEDSIĘBIORSTWEM I BUDOWANIU PROPOZYCJI WARTOŚCI

(8 godz.)

- Predyspozycje i osobowość menedżera – diagnoza i trening umiejętności społecznych
- Testy predyspozycji zawodowych wraz informacją zwrotną
- Analiza mocnych stron i obszarów do rozwoju

ANALIZA STRATEGICZNA ORGANIZACJI I OTOCZENIA

(16 godz.)

- Jak wyprzedzać trendy?
- Analiza strategiczna organizacji – po co i jak to robić?
- Narzędzia do analiz strategicznych – PEST, SWOT, BCG, analiza konkurencji, BSC, zintegrowane metody analizy
- Mapowanie procesów w przedsiębiorstwie
- Benchmarking
- Określanie potrzeby i celów zmian w przedsiębiorstwie

MODELE BIZNESOWE – KANWA MODELU OSTERWALDERA

(16 godz.)

- Idea i powstanie modelu
- Poszczególne elementy modelu
- Całościowy model i powiązania między elementami
- Tworzenie propozycji wartości w centrum uwagi modelu
- Definiowania propozycji wartości – praktyczne wykorzystanie
- Dostarczanie korzyści i uśmierzanie bólu klientów
- Budowanie całościowego modelu dla swojej firmy
- Ocena modelu – pomocne pytania

DESIGN THINKING – TWORZENIE NOWYCH PRODUKTÓW I INNOWACYJNYCH ROZWIĄZAŃ, PROJEKTOWANIE INNOWACJI WARTOŚCI

(16 godz.)

- Metodyka Design Thinking w aspekcie budowania propozycji wartości
- Wykorzystanie narzędzi DT do tworzenia produktów i nowych rozwiązań
- Czynniki ludzkie w DT
- Etapy generowania pomysłów i ich testowanie
- Użyteczność rozwiązań i innowacji dla końcowych odbiorców jako czynnik sukcesu
- Analiza case study

BŁĘKITNY OCEAN – PRAKTYCZNE WYKORZYSTANIE NARZĘDZI DO TWORZENIA INNOWACJI

(8 godz.)

- Idea Blue Ocean, historia i przykłady wdrożeń
- Narzędzia Błękitnego Oceanu
- Kanwa strategii
- Diagram 4 działań
- Cykl wrażeń nabywcy
- Nie-klienci – desegmentacja rynku

PROJEKTOWANIE DOŚWIADCZEŃ KLIENTA A DOSTARCZANIE WARTOŚCI

(8 godz.)

- Innowacja wartości w kształtowaniu satysfakcji klienta
- Czym są doświadczenia klienta
- Punkty styku klienta z usługą/produktem
- Dostarczanie wartości na ścieżce doświadczeń klienta
- Projektowanie doświadczeń klienta
- Podróż klienta – krótka i długa
- Mapa podróży klienta – analiza
- Plan działania na podstawie mapy podróży

PRICING

(16 godz.)

- Czym jest pricing?
- Elementy pricingu
- Wpływ ceny na zysk firmy
- Ocena atrakcyjności klientów
- Polityka udzielania rabatów
- Ocena efektywności działań
- Parabola cen – konstruowanie cenników

NEUROMARKETING A POTRZEBY KLIENTÓW

(16 godz.)

- Zastosowanie neuronauk w praktyce marketingowej

- Co lubi mózg klienta / odbiorcy / konsumenta
- Mechanizmy podejmowania decyzji i przywiązania w aspekcie neuronauk
- Neuromarketing – 7 kluczowych zasad skuteczności
- Przegląd dobrych praktyk z zakresu neuromarketingu

STRATEGIA KOMUNIKACJI – EFEKTYWNE ROZWIĄZANIA W ZAKRESIE KOMUNIKACJI Z ODBIORCAMI

(16 godz.)

- Sztuka komunikacji z perspektywy oddziaływania na innych.
- Zrozumienie oczekiwań odbiorcy z perspektywy czynników psychologicznych
- Wizerunek menedżera z perspektywy komunikowania się z innymi
- Autoprezentacja jako świadome manipulowanie wrażeniem podczas komunikowania się
- Komunikacja informacyjna i perswazyjna
- Komunikacja niewerbalna z perspektywy oddziaływania na odbiorców
- Strategie komunikacji z perspektywy prezentacji produktów/usług. Techniki prezentacji. (warsztaty z kamerą)

STRATEGIA MARKI – MARKETING ONLINE

(8 godz.)

- Fundament silnej marki
- Strategia marki
- Jak wykorzystać silną markę w procesie sprzedaży
- Media społecznościowe
- Część praktyczna: zaplanowanie działań online wspierających proces sprzedaży

AUTOMATYZACJA PROCESÓW KOMUNIKACJI

(8 godz.)

- Metody automatyzacji komunikacji i procesów sprzedaży
- Badanie zachowań, preferencji, potrzeb użytkownika
- Zależność między aktywnościami odbiorcy, a jego przyszłymi decyzjami
- Dopasowanie przekazu do odbiorcy
- Automatyzacja komunikacji w praktyce – case study

VIDEO MARKETING – NOWOCZESNE FORMY KOMUNIKACJI Z RYNKIEM

(8 godz.)

- Dlaczego video marketing jest ważny?
- Wady i zalety marketingu wideo
- Jakie korzyści może przynieść video marketing Twojej firmie?
- Czy moja firma potrzebuje video marketingu? Dlaczego?
- Wideo marketing z perspektywy oddziaływania na odbiorcę
- Budowa relacji z klientami i własnego wizerunku nadawcy
- Formy video marketingu, typy i treści wideo

- Case Studies – case studies – omówienie przykładowych materiałów video klientów, których działania przelożyły się na realny sukces
- Warsztaty z zakresu opracowywania materiałów

WDRAŻANIE INNOWACJI WARTOŚCI W PRAKTYCE

(16 godz.)

- Wdrażanie innowacji wartości jako projekt
- Kluczowe aspekty wdrażania innowacji
- Analiza interesariuszy i planowanie działań
- Monitoring realizacji strategii
- Czynniki sukcesu i czynniki krytyczne we wdrażaniu
- Mierzenie wymiernych efektów
- Angażowanie interesariuszy w proces zmian

SEMINARIUM

(8 godz.)

- Konsultacje w zakresie przygotowania projektu zaliczeniowego

FORMA ZALICZENIA

- test półroczny
- praca podyplomowa w formie projektu
- grupowa obrona projektu

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.				

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 545,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 545,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	37,19 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Małgorzata Kośmicka

Dr nauk ekonomicznych – praktyk biznesu, trener, wykładowca, konsultantka oraz coach z wieloletnim doświadczeniem. Certyfikowany trener/ facylitator DISC.

Od ponad 20 lat prowadzi szkolenia i doradztwo w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem, zarządzania strategicznego, zarządzania sprzedażą oraz zarządzania ludźmi, mentoringu. Posiada doświadczenie w budowaniu strategii i zarządzaniu sprzedażą w przedsiębiorstwach. Od 2003 roku doradza menedżerom jak zarządzać swoim zespołem i rozwiązywać problemy, opracowuje i pomaga we wdrożeniu programów nastawionych na budowę lub aktualizację strategii działania, strategii sprzedaży, strategii marketingowej oraz na poprawę efektywności sprzedaży.

Współpracuje zarówno z przedsiębiorstwami (w tym z firmami polskimi i międzynarodowymi, m.in. produkcyjnymi i handlowymi) jak i uczelniami wyższymi, urzędami oraz ngo. Członek Polskiego Towarzystwa Trenerów Biznesu. Fundator oraz prezes Nawigator Pro Fundacji Dobrych Praktyk Zarządzania w latach 2013 do 2019. Założyciel sieci organizacji pozarządowych „Działamy Razem”, w latach 2013-2018 członek zarządu tej sieci. Autorka szeregu publikacji na temat zarządzania, sukcesji i mentoringu.

Szkolenia prowadzi od 2003 roku, coaching od 2010 roku. Przeprowadziła ponad 3500 dni szkoleń oraz ponad 3500 godzin coachingu dla kadry zarządzającej wyższego, średniego oraz niższego szczebla.

Laureatka nagrody Prezesa firmy Roto Frank Okucia Budowlane Sp. z o.o. „Cała Naprzód” za samodzielne opracowanie i efekt

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy studiów podyplomowych otrzymują dodatkowe materiały na zajęciach oraz po, które są zamieszczane na platformie MS Teams.

Podczas zjazdu każdy uczestnik programu otrzymuje komplet materiałów dydaktycznych na platformie MS Teams. Materiały te przygotowują wykładowcy, dostosowując je do specyfiki prowadzonego tematu.

Uczestnicy studiów pracują na platformie MS Teams, to platforma komunikacyjna Uczelni WSB Merito, stworzona w celu ograniczenia formalności oraz ułatwienia przepływu informacji między uczestnikami a uczelnią. Za jej pomocą przez całą dobę i z każdego miejsca na świecie uczestnicy mają dostęp do:

- harmonogramu zajęć,
- materiałów dydaktycznych,
- informacji dotyczących zmian w planach zajęć, ogłoszeń i aktualności.

Warunki uczestnictwa

Uczestnikiem studiów podyplomowych na Uniwersytecie WSB Merito w Toruniu filia w Bydgoszczy, może zostać każda osoba w wykształceniu wyższym (licencjackim, inżynierskim lub magisterskim). O przyjęciu na studia decyduje kolejność zgłoszeń.

Informacje dodatkowe

Informacje dodatkowe

- Szczegółowy harmonogram usługi może ulec zmianie w postaci realizowanych przedmiotów w danym dniu i osób prowadzących. Zmianie nie ulegają godziny usługi.
- Harmonogram zjazdów zostanie upubliczniony na stronach Uczelni.
- Godziny zajęć podane w harmonogramie są godzinami zegarowymi, zaś ilość godzin programowych jest podana w godzinach dydaktycznych.

Warunki techniczne

Techniczne wymagania do zajęć:

- komputer (z wbudowanymi lub podłączonymi głośnikami i mikrofonem),
- dostęp do Internetu,
- słuchawki (opcjonalnie),
- jeśli chcesz aby Cię widziano, możesz użyć kamery umieszczonej w laptopie/komputerze.

Kontakt



Zofia Ciepluch

E-mail zofia.ciepluch@bydgoszcz.merito.pl

Telefon (+48) 602 711 268