



Analiza sytuacji przedsiębiorstwa w praktyce: ocena biznesowa, szanse i zagrożenia na tle aktualnej pozycji rynkowej.

Numer usługi 2025/01/29/8282/2528403

2 201,70 PLN brutto
1 790,00 PLN netto
137,61 PLN brutto/h
111,88 PLN netto/h

Centrum Organizacji
Szkoleń i
Konferencji SEMPER
Magdalena
Wolniewicz-Kesaria

📍 Poznań / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

★★★★☆ 4,5 / 5

🕒 16 h

2 478 ocen

📅 09.02.2026 do 10.02.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Finanse i bankowość / Inwestycje

Grupa docelowa usługi

1. Menadżerowie średniego i wyższego szczebla - którzy odpowiedzialni są za strategiczne decyzje w firmie i chcą pogłębić swoją wiedzę na temat analizy biznesowej oraz jej zastosowań.
2. Analitycy biznesowi - którzy zajmują się zbieraniem, analizą i interpretacją danych biznesowych w celu wsparcia procesów decyzyjnych.
3. Specjaliści ds. optymalizacji procesów - którzy poszukują skutecznych narzędzi i metod zarządzania procesami w celu poprawy efektywności organizacyjnej.
4. Konsultanci biznesowi - którzy wspierają organizacje w rozwiązywaniu problemów i osiąganiu celów strategicznych przez zastosowanie analizy biznesowej.
5. Kierownicy projektów - którzy odpowiedzialni są za planowanie, koordynację i realizację projektów w organizacji. Wiedza z zakresu analizy biznesowej pomaga im lepiej rozumieć potrzeby projektowe oraz efektywnie zarządzać zasobami i ryzykiem projektowym.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

08-02-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest dostarczenie uczestnikom wiedzy i umiejętności niezbędnych do skutecznego stosowania analizy biznesowej w praktyce, co przyczyni się do lepszego zarządzania organizacją oraz osiągania operacyjnych, taktycznych i strategicznych celów biznesowych. Szkolenie pozwoli zrozumieć istotę analizy biznesowej, a także uzyskać umiejętności stosowania analizy biznesowej. Podczas szkolenia omówione zostaną różnorodne zastosowania analizy biznesowej, takich jak optymalizacja procesów, zwią

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Kompetencje społeczne: - ocenia jak odpowiednio reagować w różnych sytuacjach związanych z wykonywanym zawodem - identyfikuje własny styl uczenia się i wybiera sposoby dalszego kształcenia, - określa znaczenie komunikacji interpersonalnej oraz potrafi prawidłowo identyfikować i rozstrzygać dylematy związane z wykonywaniem zawodu.	- Umiejętność dostosowania reakcji do różnorodnych kontekstów zawodowych - Wybór adekwatnych metod do dalszego kształcenia.	Wywiad swobodny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

TAK

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

TAK

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

TAK

Program

1. Wprowadzenie do analizy biznesowej

- a. Czym jest analiza biznesowa?
- b. Zastosowania analizy biznesowej.
 - a. Optymalizacja procesów
 - b. Zwiększenie konkurencyjności
 - c. Zarządzanie ryzykiem
 - c. Historia i ewolucja analizy biznesowej
 - d. Kluczowe koncepcje i podejścia
 - a. Teoria zarządzania strategicznego
 - b. Podejście systemowe i sytuacyjne
 - e. Znaczenie analizy biznesowej w zarządzaniu – korzyści wynikające z przeprowadzenia analizy biznesowej
 - f. Potrzeba biznesowa, wymaganie, rozwiązanie
 - g. Najczęstsze błędy w analizie biznesowej

2. Zasoby nowoczesnej organizacji

- a. Wiedza jako zasób organizacji
- b. Wiedza a informacja
- c. System pomiaru wiedzy
- d. Intuicja w działalności menedżerskiej

3. Strategie rozwoju przedsiębiorstwa i ich konsekwencje dla wyboru strategii funkcjonalnych

- a. Pojęcie strategii rozwoju
- b. Rozwój wewnętrzny, rozwój zewnętrzny
- c. Specjalizacja, dywersyfikacja
- d. Przywództwo kosztowe, różnicowanie i koncentracja

4. Analiza strategiczna

- a. Kontekst zewnętrzny i wewnętrzny organizacji
- b. Cele i potrzeby biznesowe
- c. Koncepcja interesariuszy i ich rola w inicjatywach
- d. Opis działania organizacji - modelowanie procesów biznesowych (BPMN)
- e. Identyfikacja zmiany - analiza AS IS i określenie TO BE, analiza ryzyka
- f. Uzasadnienie biznesowe

5. Metodologia procesu formułowania i wyboru strategii zarządzania

- a. Polityka, strategia i taktyka organizacji
- b. Zasady zarządzania strategicznego
- c. Rodzaje strategii zarządzania
 - i. Strategie ogólne
 - ii. Strategie funkcjonalne
 - iii. Strategie globalne
- d. Strategiczna Karta Wyników jako jedna z metod wyboru strategii i monitorowania realizacji strategii
- i. Dobór mierników realizacji celów strategicznych i operacyjnych

6. Narzędzia i techniki wspierające budowę strategii

- a. Metody analizy wewnętrznej
- b. Metody analizy zewnętrznej
- c. Techniki wspomagające podejmowanie decyzji
- d. Narzędzia informatyczne wspierające budowę strategii

7. Sztuka wyborów strategicznych

- a. Wybór strategii konkurencyjnej
- b. Strategie rozwoju przedsiębiorstwa
- c. Wybory strategiczne a ryzyko
- d. Przykłady wyborów strategicznych w praktyce

8. Wartości i ich realizacja w przedsiębiorstwie

- a. Definicja i znaczenie wartości organizacyjnych
- b. Proces definiowania wartości
- c. Komunikacja wartości w organizacji
- d. Integracja wartości w procesy biznesowe
- e. Monitorowanie i adaptacja wartości

9. Planowanie procesu analizy biznesowej a planowanie strategiczne – rodzaje planowania

- a. Narzędzia i techniki wspomagające planowanie
- b. Plan biznesowy
- c. Plan korporacyjny

- d. Plan funkcjonalny
- e. Proces planowania strategicznego – tworzenie scenariuszy rozwoju
- i. Określenie strategii
- ii. Wdrożenie strategii
- iii. Ocena strategii
- f. Częstotliwość planowania strategicznego
- g. Korzyści z planowania strategicznego
- h. Zarządzanie zmianą
- i. Zarządzanie ryzykiem

10. Pozycjonowanie i budowa scenariuszy strategicznych

- a. Definicja i znaczenie pozycjonowania strategicznego
- b. Cele pozycjonowania strategicznego
- c. Metody analizy pozycjonowania (Analiza SWOT, Analiza pięciu sił Portera, Analiza PESTEL)
- d. Strategie pozycjonowania - strategie różnicowania, strategie kosztowe, strategie niszowe, strategie hybrydowe
- e. Budowa scenariuszy strategicznych - proces tworzenia scenariuszy strategicznych
- f. Implementacja scenariuszy strategicznych
- g. Monitorowanie i ewaluacja strategii pozycjonowania i scenariuszy

11. Analiza potencjału strategicznego przedsiębiorstwa

- a. Zasady i sposoby badania potencjału strategicznego
- b. Bilans strategiczny przedsiębiorstwa
- c. Analiza kluczowych czynników sukcesu
- d. Analiza łańcuch wartości
- e. Cykl życia produktu i technologii – ocena portfela produktów
- f. Metody portfelowe
- g. Analiza zasobów kompetencji
- h. Ocena efektywności operacyjnej
- i. Analiza finansowa
- i. Kluczowe wskaźniki finansowe
- ii. Próg rentowności
- iii. Analiza opłacalności inwestycji - zaktualizowana wartość netto, wewnętrzna stopa zwrotu
- iv. Analiza bilansu, rachunku zysków i strat, przepływów pieniężnych
- j. Typowe techniki analizy biznesowej
- i. MOST
- ii. PEST
- iii. SWOT
- iv. 5 powodów
- v. CATWOE

12. Modelowanie rozwiązań

- a. Techniki i narzędzia modelowania
- b. Drzewo decyzyjne w procesie analizy przedsiębiorstwa
- Alternatywne możliwości decyzyjne
- Wybór decyzji z najmniejszym ryzykiem
- c. Diagramy przepływu procesów (np. BPMN),
- d. Diagramy przypadków użycia,
- e. Diagramy klas, diagramy sekwencji oraz diagramy ER (Entity-Relationship).
- f. Zastosowanie w praktyce
- g. Korzyści z modelowania rozwiązań

13. Warunki osiągnięcia sukcesu

- a. Przyczynowo skutkowe uwarunkowania osiągnięcia sukcesu
- b. Operacjonalizacja zadań strategicznych
- c. Informacje wspomagające zarządzanie
- d. Organizacja wewnętrzna przedsiębiorstwa

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 2

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 2 Analiza sytuacji przedsiębiorstwa w praktyce:	Trener Semper	09-02-2026	10:00	18:00	08:00
2 z 2 Analiza sytuacji przedsiębiorstwa w praktyce:	Trener Semper	10-02-2026	09:00	17:00	08:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 201,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 790,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	137,61 PLN
Koszt osobogodziny netto	111,88 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1
Trener Semper
Trener Semper

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały dydaktyczne [autorski podręcznik Uczestnika szkolenia, materiały dodatkowe wykorzystywane podczas warsztatów praktycznych]

Materiały piśmiennicze [notatnik, długopis]

Warunki uczestnictwa

Dla jednostek budżetowych finansujących udział w szkoleniu w minimum 70% lub w całości ze środków publicznych stawka podatku VAT = zw.

Informacje dodatkowe

Cena zawiera:

- uczestnictwo w szkoleniu,
- materiały dydaktyczne [autorski podręcznik Uczestnika szkolenia, materiały dodatkowe wykorzystywane podczas warsztatów praktycznych]
- materiały piśmiennicze [notatnik, długopis]
- dyplom potwierdzający ukończenie szkolenia
- konsultacje poszkoleniowe
- każdy z Uczestników otrzyma indywidualną kartę rabatową upoważniającą do 10% zniżki na wszystkie kolejne szkolenia otwarte organizowane przez Centrum Organizacji Szkoleń i Konferencji SEMPER
- oraz serwisy kawowe i obiadowe (nie obejmuje noclegu).

Adres

ul. 3 Maja 2/A
60-001 Poznań
woj. wielkopolskie

W szczególnych przypadkach Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany miejsca szkolenia na obiekt o tym samym lub wyższym standardzie i nie stanowi to zmiany warunków umowy.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Angelika Poznańska

E-mail info@szkolenia-semper.pl

Telefon (+48) 570 590 060