



ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI

Cele szkolenia	<p>Nowoczesne zarządzanie zasobami ludzkimi to szeroka dziedzina wiedzy i zbiór praktycznych umiejętności niezbędnych do tworzenia i wdrażania optymalnej polityki personalnej.</p> <p>Szkolenie ma na celu rozwój wiedzy i podstawowych kompetencji z zakresu zarządzania personelem oraz praktycznych umiejętności związanych z wszystkimi procesami zarządzania zasobami ludzkimi. Program szkolenia jest ściśle powiązany z polskimi realiami oraz wyzwaniem stojącym przed kadrą zarządzającą personelem organizacji.</p>
Najważniejsze zagadnienia	<ul style="list-style-type: none"> • planowanie zasobów pracy • rekrutacja i selekcja pracowników • systemy wynagrodzeń • polityka szkoleniowa • ocena personelu • konflikty i procedury ich rozstrzygania
Metody	<p>Zajęcia prowadzone są w formie warsztatowej. Stosujemy następujące aktywizujące metody dydaktyczne: krótki wykład, ćwiczenia indywidualne i grupowe, moderowane dyskusje, materiały filmowe, analiza praktycznych problemów biznesowych, techniki twórczego myślenia i rozwiązywania problemów.</p> <p>Uczestnicy szkolenia dzieleni są na kilkusobowe zespoły. Pozwala to na wymianę doświadczeń, rozwiązywanie konkretnych problemów oraz łatwiejsze przełożenie wiedzy na praktykę zawodową.</p> <p>Szkolenia mają charakter warsztatów interakcyjnych uzupełnianych konsultacjami. Dodatkowo, od jednego do trzech miesięcy po zakończeniu modułu szkoleniowego, proponujemy kolejne spotkanie z Uczestnikami, które ma na celu utrwalenie zdobytej podczas szkolenia wiedzy.</p>
Liczba godzin	20 godzin szkoleniowych
Cena	585 zł (cena zawiera: udział w warsztatach, materiały szkoleniowe w postaci e-booka oraz certyfikat)
Harmonogram	23.02 09.03 16.03 23.03 30.03 (wtorek, godz. 17.00 – 20.30)
Miejsce szkolenia	Wyższa Szkoła Zarządzania / Polish Open University, ul. Głowackiego 12, Kraków
Prowadzący	dr Agnieszka Knap-Stefaniuk

Dr Agnieszka Knap Stefaniuk

Doktor nauk ekonomicznych Kolegium Ekonomiczno-Społecznego SGH. Dyrektor Oddziału Małopolskiego Polish Open University, przedtem kierownik Instytutu Zarządzania Zasobami Ludzkimi POU. Prowadziła liczne szkolenia, projekty konsultingowe, wykłady na wielu kongresach organizowanych przez najbardziej znane media w Polsce. Ma na swoim koncie wiele publikacji z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi, kultury organizacyjnej, rozwiązywania konfliktów. Specjalizuje się w strategii i polityce przedsiębiorstw, systemach zarządzania zasobami ludzkimi.





STRATEGIA PROMOCJI FIRMY

Cele szkolenia	<p>Promocja marketingowa to oddziaływanie na odbiorców polegające na przekazaniu im informacji, które mają w odpowiednim stopniu zwiększyć wiedzę na temat promowanego produktu lub usługi. Dlatego często promocję nazywa się komunikowaniem przedsiębiorstwa z rynkiem. Szkolenie ma na celu rozwijanie wiedzy z zakresu wykorzystywania instrumentarium promocji w celu komunikowania się przedsiębiorstwa z otoczeniem.</p> <p>Program szkolenia obejmuje podstawową strukturę narzędziową promocji marketingowej tj.: reklamę, promocję sprzedaży, sprzedaż osobistą oraz public relations.</p> <p>Aby zaplanowane działania promocyjne przyniosły oczekiwane rezultaty, muszą być spełnione odpowiednie warunki. Warunki te, są omawiane w trakcie szkolenia.</p>
Najważniejsze zagadnienia	<ul style="list-style-type: none"> • warunki skutecznej promocji marketingowej • strategii promocji • etapy planu promocji marketingowej • struktura narzędziowa promocji marketingowej • reklama • sales promotion • public relations • sprzedaż osobista • zintegrowana komunikacja marketingowa
Metody	<p>Zajęcia prowadzone są w formie warsztatowej. Stosujemy następujące aktywizujące metody dydaktyczne: krótki wykład, ćwiczenia indywidualne i grupowe, moderowane dyskusje, materiały filmowe, analiza praktycznych problemów biznesowych, techniki twórczego myślenia i rozwiązywania problemów. Uczestnicy szkolenia dzieleni są na kilkusobowe zespoły. Pozwala to na wymianę doświadczeń, rozwiązywanie konkretnych problemów oraz łatwiejsze przełożenie wiedzy na praktykę zawodową. Szkolenia mają charakter warsztatów interakcyjnych uzupełnianych konsultacjami. Dodatkowo, od jednego do trzech miesięcy po zakończeniu modułu szkoleniowego, proponujemy kolejne spotkanie z Uczestnikami, które ma na celu utrwalenie zdobytej podczas szkolenia wiedzy.</p>
Liczba godzin	20 godzin szkoleniowych
Cena	585 zł (cena zawiera: udział w warsztatach, materiały szkoleniowe w postaci e-booka oraz certyfikat)
Harmonogram	27.02, 06.03, 13.03, 20.03, 27.03 (sobota, godz. 17.00 – 20.30)
Prowadzący	mgr Aneta Bogacka-Gawrysiak



mgr Aneta Bogacka-Gawrysiak

Absolwentka Akademii Ekonomicznej w Krakowie: I Specjalność Marketing, II Specjalność Zarządzanie Firmą. Posiada doświadczenie jako konsultant, organizator i prowadzący szkolenia z zakresu zarówno promocji marketingowej oraz marketingu. Specjalizuje się w problematyce z zakresu działań promocyjnych, zwłaszcza w obszarze reklamy.



ZARZĄDZANIE MARKĄ

Cele szkolenia	Wykreowanie silnej, rozpoznawanej i akceptowanej przez klientów marki to jedno z podstawowych i jednocześnie najtrudniejszych zadań współczesnego marketingu. Szkolenie ma na celu zapoznanie studentów z wiedzą teoretyczną i praktyczną dotyczącą zarządzania marką. Zdobyta wiedza i umiejętności pozwolą na efektywne zarządzanie marką na poziomie operacyjnym i strategicznym.
Najważniejsze zagadnienia	<ul style="list-style-type: none">• podstawy teoretyczne marki• strategia marki• pozycjonowanie marki• marka fizyczna i jej podstawowe elementy• cykl życia marki• komunikacja marki• budowa lojalności wobec marki• wdrażanie marki i zarządzanie marką• wartość marki• ochrona marki
Metody	Zajęcia prowadzone są w formie warsztatowej. Stosujemy następujące aktywizujące metody dydaktyczne: krótki wykład, ćwiczenia indywidualne i grupowe, dyskusje moderowane, materiały filmowe, analiza praktycznych problemów biznesowych, techniki twórczego myślenia i rozwiązywania problemów. Uczestnicy szkolenia dzieleni są na kilkuosobowe zespoły. Pozwala to na wymianę doświadczeń, rozwiązywanie konkretnych problemów oraz łatwiejsze przełożenie wiedzy na praktykę zawodową. Szkolenia mają charakter warsztatów interakcyjnych uzupełnianych konsultacjami. Dodatkowo, od jednego do trzech miesięcy po zakończeniu modułu szkoleniowego, proponujemy kolejne spotkanie z uczestnikami, które ma na celu utrwalenie zdobytej podczas szkolenia wiedzy.
Liczba godzin	20 godzin szkoleniowych
Cena	585 zł (cena zawiera: udział w warsztatach, materiały szkoleniowe w postaci e-booka oraz certyfikat)
Harmonogram	26.02 05.03 12.03 19.03 26.03 (piątek, godz. 17.00 – 20.30)
Miejsce szkolenia	Wyższa Szkoła Zarządzania / Polish Open University, ul. Głowackiego 12, Kraków
Prowadzący	Mgr inż. Dorota Kalisz

Mgr Inż. Dorota Kalisz

Absolwentka Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Doświadczony dydaktyk, specjalizuje się w problematyce marketingu, reklamy, zwłaszcza adresowanej do dzieci i nastoletnich nabywców, w aspektach związanych z zarządzaniem i kreowaniem tożsamości marek. Posiada też doświadczenie jako konsultant i prowadzący szkolenia z zakresu marketingu, technik sprzedaży, merchandisingu i postępowania z „trudnymi klientami”.





Moduł jest realizowany w ramach programu
Work in English – Applied Business English

Program Applied Business English - to więcej niż kurs językowy i więcej niż studia podyplomowe.

W ramach programu możesz nie tylko pogłębić swoją wiedzę biznesową, ale także doskonalić znajomość języka angielskiego

MARKETING PRINCIPLES

Training goals	The course will contribute to the personal and professional development of participants, allowing them to improve their English language skills in Marketing area. This course is built around the interacting marketing activities of analysis, planning, implementing and control. Special attention is given to a real marketing situation. Training participants are asked to apply their acquired knowledge and understanding and make recommendation for future marketing planning.
Program description	<ul style="list-style-type: none"> • marketing – introduction, evaluation, of marketing concept • marketing research – definition, classification and methods of research • buying process – client’s behaviour In the market of consumer and industrial goods • segmentation process, • definition of marketing-mix • product – life cycles, perception and positioning of product, importance of packaging, brand concept • distribution – definition, characteristics of various distribution strategies and channels, logistics of distribution • price – methods of price fixing, price strategies, factors determining the price level • promotion – definition and characteristics of advertising, selling promotion, personal selling, PR, publicity; phases of promotion campaign • marketing planning – the essence of planning, the outline of marketing plan
Learning hours	24 student contact learning hours
Course fees	875 PLN (the price includes: course participation, a set of training materials (e-book), certificates of attendance)
Training Schedule	16.02 23.02 02.03 09.03 16.03 23.03 (Tuesday 17.00 – 20.30)
Training location	Wyższa Szkoła Zarządzania / Polish Open University, ul. Głowackiego 12, Kraków
Trainer	mgr/MBA Lilla Nabielec

mgr/MBA Lilla Nabielec

Ukończyła Anglistykę na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie oraz studia MBA w Wyższej Szkole Zarządzania / Polish Open University (POU). Jako temat dysertacji na studiach MBA przygotowała strategię rozwoju dla sektora szkolnictwa wyższego. W czasie wieloletniej pracy jako anglistka zajmowała się m.in. nauką języka na poziomie Advanced i Proficiency dla praktykujących nauczycieli języka angielskiego. Na początku lat 90-tych pracowała przy projekcie polsko-kanadyjskim, zajmującym się tworzeniem sieci nauczycielskich kolegów językowych w południowo-wschodniej Polsce. W czasie swojej drogi zawodowej tłumaczyła m.in. literaturę faktu oraz lit. historyczną na potrzeby wydawnictw. Zajmowała się również przygotowaniem podręcznika do języka angielskiego wykorzystywanego w metodzie audiolingualnej. Od 1995 r. pracuje w POU. Specjalizuje się w Business English, zajmuje się przygotowaniem kandydatów do egzaminów LCCL.

