



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 • związki zawodowe • stosunki przemysłowe • konflikty i procedury ich rozstrzygnięcia
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 kiluosobowe 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	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. Domaniewska 37 A
Prowadzący	mgr Elżbieta Malec



mgr Elżbieta Malec

Od 1996 r. wykładowca POU, psycholog społeczny, pracownik Instytutu Zarządzania Zasobami Ludzkimi. W latach 1992-96 pracowała jako psycholog w Poradni Psychologiczno-Pedagogicznej. Specjalizuje się w zarządzaniu zasobami ludzkimi i poradnictwie zawodowym. Jest autorką wielu publikacji w tym zakresie.



TECHNIKI PRODUKCYJNE W REKLAMIE

Cele szkolenia	<ul style="list-style-type: none"> • kształcenie umiejętności planowania procesów przed- i poprodukcyjnych w reklamie • kształcenie umiejętności planowania i zarządzania kosztami na etapie poprzedzającym produkcję i po wyprodukowaniu reklamy • poznanie zasad nadzoru produkcji oraz oceny jakości reklam z uwzględnieniem jej różnych typów • poznanie możliwości i ograniczeń poszczególnych mediów i technik będących do dyspozycji twórców reklamy • poznanie zasad funkcjonowania i współpracy ze studiami kreatywnymi, produkcyjnymi i postprodukcyjnymi • poznanie zasad i sposobów przygotowywania materiałów do produkcji • poznanie i rozumienie terminologii stosowanej na wszystkich etapach procesu produkcji reklamy
Najważniejsze zagadnienia	<ul style="list-style-type: none"> • współzależność między rozwojem technologii, a reklamą • charakterystyka procesów poprzedzających produkcję oraz procesów produkcyjnych w odniesieniu do wszystkich rodzajów reklamy • niezbędna terminologia • techniki związane z produkcją audio i wideo, techniki elektroniczne, druk • efektywność w projektowaniu i koordynowaniu procesów produkcji oraz post- produkcji • tendencje i przyszłość technologii oraz technik reklamowych • profesjonalizm i etyka jako fundamenty procesów produkcyjnych
Metody	<p>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.</p> <p>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	24 godziny szkoleniowe
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. Domaniewska 37 A
Prowadzący	mgr Małgorzata Żero-Kucińska



mgr Małgorzata Żero-Kucińska

Od 1999 r. pracownik Instytutu Reklamy i Marketingu POU. Jest współautorką programów edukacyjnych w zakresie reklamy. Prowadzi m.in. moduły takie jak: „Techniki produkcyjne w reklamie”, „Strategia kreatywna”, „Strategia medialna w reklamie”. Praktyczne doświadczenia w reklamie zdobywała w agencjach reklamowych takich, jak Publicis czy VA Strategic Advertising. Jest absolwentką warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych na Wydziale Architektury Wnętrz.



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 słuchaczy 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	17.02, 24.02, 3.03, 10.03, 17.03 (środa godz. 17.00-20.30)
Miejsce szkolenia	Wyższa Szkoła Zarządzania / Polish Open University, ul. Domaniewska 37 A
Prowadzący	mgr Anna Król



mgr Anna Król

Specjalista w dziedzinie strategii komunikacji marek konsumenckich, wykładowca POU. Posiada jedenastoletnie doświadczenie w pracy w mediach, marketingu i public relations. Od 2007 roku pełni rolę dyrektora działu komunikacji konsumenckiej i Brand PR w agencji Euro RSCG Sensors. Specjalizuje się w strategiach komunikacji marek konsumenckich, marketingu marek luksusowych i kobiecych. W ostatnich latach doradzała min. takim markom jak: Absolut, Jacobs Kronung, Orange, Żywiec Zdrój, Velvet, Warka czy miasto Sieradz.



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	03.03, 10.03, 17.03, 24.03, 31.10, 07.04 (Wednesday, 5.00pm - 8.30pm)
Training location	Wyższa Szkoła Zarządzania / Polish Open University, ul. Domaniewska 37 A
Trainer	dr Mirosław Nalazek

dr Mirosław Nalazek



Pracownik Instytutu Reklamy i Marketingu POU. Były prezes Zarządu Fundacji Przekształceń Własnościowych przy Ministerstwie Skarbu oraz dyrektor Polskiej Agencji Promocji Turystyki. Autor wielu publikacji na temat rynku turystycznego oraz zastosowania nowych technologii w Polsce i na świecie. Tłumaczył również podręczniki z zakresu marketingu, zarządzania i turystyki z języka angielskiego na język polski. Ukończył Handel Zagraniczny na SGPiS (SGH) w Warszawie.