



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 wyzwaniami stojącymi 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 rozstrzygania
Metody	<p>Zajęcia prowadzone są w systemie e-learning. To prosta i bardzo skuteczna metoda nauki z wykorzystaniem Internetu. Odległość oraz ograniczenia czasu nie są problemem. Wystarczy zwykły komputer i połączenie z Internetem. Szkolenia można realizować z każdego miejsca na świecie.</p> <p>Stosujemy następujące aktywizujące metody dydaktyczne: krótka prezentacja, materiały filmowe, analiza praktycznych problemów biznesowych, ćwiczenia indywidualne i grupowe, moderowane dyskusje (podczas których uczestnicy mogą rozmawiać i odpowiadać na pytania prowadzącego szkolenie, rozwiązywać zadane ćwiczenia oraz dyskutować z innymi uczestnikami).</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	Zajęcia w poniedziałki i środy w godz. 17.00 - 19.15. Rozpoczęcie szkolenia – 22 luty 2010r.
Prowadzący	mgr Monika Wójtowicz



mgr Monika Wójtowicz

Absolwentka Wyższej Szkoły Zarządzania / Polish Open University, obecnie wykładowca w Instytucie Zarządzania Zasobami Ludzkimi POU. Specjalizuje się w problematyce HR. Posiada bogate doświadczenie w realizacji projektów szkoleniowych m.in. dofinansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego.



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 systemie e-learning. To prosta i bardzo skuteczna metoda nauki z wykorzystaniem Internetu. Odległość oraz ograniczenia czasu nie są problemem. Wystarczy zwykły komputer i połączenie z Internetem. Szkolenia można realizować z każdego miejsca na świecie. Stosujemy następujące aktywizujące metody dydaktyczne: krótka prezentacja, materiały filmowe, analiza praktycznych problemów biznesowych, ćwiczenia indywidualne i grupowe, moderowane dyskusje (podczas których uczestnicy mogą rozmawiać i odpowiadać na pytania prowadzącego szkolenie, rozwiązywać zadane ćwiczenia oraz dyskutować z innymi uczestnikami). 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	<p>Zajęcia w soboty w godz. 8.00-10.15</p> <p>Rozpoczęcie szkolenia – 27 luty 2010r.</p>
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 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 systemie e-learning. To prosta i bardzo skuteczna metoda nauki z wykorzystaniem Internetu. Odległość oraz ograniczenia czasu nie są problemem. Wystarczy zwykły komputer i połączenie z Internetem. Szkolenia można realizować z każdego miejsca na świecie. Stosujemy następujące aktywizujące metody dydaktyczne: krótka prezentacja, materiały filmowe, analiza praktycznych problemów biznesowych, ćwiczenia indywidualne i grupowe, moderowane dyskusje (podczas których uczestnicy mogą rozmawiać i odpowiadać na pytania prowadzącego szkolenie, rozwiązywać zadane ćwiczenia oraz dyskutować z innymi uczestnikami). 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	Zajęcia we wtorki i czwartki w godz. 19.15 – 21.30 Rozpoczęcie szkolenia – 27 luty 2010r.
Prowadzący	mgr Aneta Bogacka-Gawrysiak



mgr Dorota Kalisz

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