

Ramowy program studiów

Blok I. Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie (48 godzin)

1. Analiza strategiczna w przedsiębiorstwie

- Analiza branży motoryzacyjnej i jej wybranych sektorów w wymiarze globalnym, europejskim i krajowym
- Analiza struktury i dynamiki konkurencji oraz strategii poszczególnych konkurentów
- Ocena potencjału strategicznego przedsiębiorstwa
- Pozycja strategiczna przedsiębiorstwa i jego perspektywy rozwojowe

2. Planowanie strategiczne

- Zakres i sposób dywersyfikacji branżowej i terytorialnej przedsiębiorstwa
- Określanie wiodącej przewagi konkurencyjnej i strategii konkurencji
- Koncepcja zarządzania dostawcami
- Analiza różnych dróg rozwoju przedsiębiorstwa i szacowanie kosztów rozwoju
- Budowa kluczowych umiejętności firmy

3. Zarządzanie w kryzysie

- Zarządzanie w kryzysie
- Symptomy, przyczyny i rodzaje kryzysu w przedsiębiorstwie
- Pozytywne i negatywne skutki kryzysu
- Działania antykryzysowe
- Monitorowanie zarządzania
- Kontroling strategiczny

4. Restrukturyzacja

- Restrukturyzacja strategiczna - zasady, procedura, ograniczenia
- Outsourcing jako skuteczna technika restrukturyzacyjna i sposób zdobywania przewag konkurencyjnych

Blok II. Strategia marketingowa (24 godziny)

1. Strategie marketingowe

- Plan marketingowy w systemie zarządzania przedsiębiorstwem
- Powiązanie planu strategicznego z planem marketingowym
- Struktura planu marketingowego
- Ustalanie celów i strategii marketingowych
- Programowanie produktów, kanałów dystrybucji, cen i metod promocji

2. Zarządzanie marką

- Strategia tworzenia i zarządzania markami.
- Wizja i kapitał marki.
- Instrumenty służące budowaniu lojalności nabywców.
- Marketing międzynarodowy jako podstawa strategiczna zarządzania markami w branży samochodowej

3. Zarządzanie relacjami z klientem

Blok III. Zarządzanie zasobami ludzkimi (24 godziny)

1. Kierowanie ludźmi

- Zasady i narzędzia polityki kadrowej w przedsiębiorstwie
- Tworzenie klimatu zmian
- Cechy osobowości i umiejętności menedżera
- Kierowanie ludźmi, techniki i style kierowania
- Zasady budowania systemów motywacyjnych, planowanie karier zawodowych pracowników, system ocen okresowych, szkolenie pracowników i zasady awansowania

- Metody badania i wartościowania pracy

2. Negocjacje

- Negocjacje nastawione na współpracę: handlowe i wewnątrzorganizacyjne

3. Trening autoprezentacji

- Sposoby nawiązywania kontaktów handlowych
- Cechy i umiejętności dobrego handlowca
- Techniki sprzedaży

Blok IV. Finansowe i rachunkowościowe problemy zarządzania przedsiębiorstwem (40 godzin)

1. Zarządzanie finansami

- Analiza sytuacji finansowej przedsiębiorstwa i ryzyka związanego z prowadzoną działalnością
- Kapitał własny i obcy, pozyskiwanie kapitału obcego, koszt i struktura kapitału, efekt dźwigni finansowej
- Zarządzanie kapitałem obrotowym
- Informacja kosztowa w zarządzaniu przedsiębiorstwem
- Polityka bilansowa w przedsiębiorstwie, sprawozdawczość finansowa i jej znaczenie w zarządzaniu, sprawozdawczość finansowa grup kapitałowych - bilans skonsolidowany
- Możliwości pozyskiwania funduszy strukturalnych

2. Budżetowanie

- Budżetowanie w zarządzaniu firmą motoryzacyjną

3. Biznes plan

- Tworzenie i ocena biznes planu i projektów inwestycyjnych według standardów europejskich
- Adresaci biznes planu
- Wykonawcy biznes planu
- Zawartość biznes planu
- Ograniczenia biznes planu
- Planowanie przygotowania biznes planu
- Funkcje biznes planu
- Techniki przygotowywania podstawowych sprawozdań finansowych (bilans, rachunek wyników, przepływy pieniężne)

Blok V. Problemy wdrażania strategii (20 godzin)

1. Zarządzanie procesami biznesowymi

- Zarządzanie operacyjne
- Podejście procesowe w zarządzaniu
- Analiza i usprawnianie procesów biznesowych
- Projektowanie i usprawnianie struktur i procedur organizacyjnych
- Nowoczesne narzędzia realizacji i kontroli strategii

2. Zarządzanie projektami

- Zasady tworzenia i realizacji projektów
- Podstawowe techniki zarządzania projektami
- Typowe projekty w branży motoryzacyjnej

3. Logistyka i zarządzanie łańcuchem dostaw

- Wprowadzenie do logistyki i menedżerskich decyzji logistycznych
- Koncepcja obsługi klienta
- Zagadnienia transportowe