



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Uniwersytet Ekonomiczny
we Wrocławiu

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Numer projektu: POKL.04.01.01-00-201/11

FABER EST SUAE QUISQUE FORTUNAE

Magazyn nr 1/2014 (7)

KUŹNIA KADR

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

SZKOLENIA OTWARTE KUŹNIA KADR 6

*Chcemy szkoleń
na miarę potrzeb*

Rozmowa z prof. zw. dr hab. Bogusławem Fiedorem

*Niemieckie uczelnie
dokonują bilansu*

*Na co należy zwrócić uwagę
w procedurze uznania wiedzy
i umiejętności zdobytych
poza uczelnią na poczet studiów?*

*Prof. Dr. Heinz Cornel
Sieglinde Machocki M.A.*

Uznawalność

*– sposób na konkurencyjność
na rynku edukacyjnym*

Rozmowa z dr hab. Bartłomiejem Nitą, prof. UE

*Człowiek
– najlepsza inwestycja*



Rozumiemy znaczenie samokształcenia?

Według definicji zaproponowanej przez OECD konieczność uczenia się przez całe życie, nazywana też *life-long learning*, to wymóg naszych czasów. Zgodnie z definicją „ta koncepcja uczenia się obejmuje rozwój indywidualny i rozwój cech społecznych we wszystkich formach i wszystkich kontekstach – w systemie formalnym, tj. w szkołach, placówkach kształcenia zawodowego, uczelniach i placówkach kształcenia dorosłych, oraz w ramach kształcenia nieformalnego, a więc w domu, w pracy i w społeczności. W tym podejściu uwzględnia się cały system, koncentrując się na standardach wiedzy i umiejętności, które powinni opanować wszyscy, niezależnie od wieku”.

W Unii Europejskiej proces samokształcenia stał się obiektem badań i zainteresowania specjalistów zajmujących się kształtowaniem rynku pracy i edukacji już w latach 90. Jak pisała w 2003 roku – a więc w czasie akcesji Polski do UE – Justyna Osiecka-Chojnacka w raporcie Biura Analiz i Ekspertyz Kancelarii Sejmu, a zatytułowanym „Kształcenie dorosłych w wybranych krajach europejskich”, kwestia podnoszenia kwalifikacji już trzy dekady temu stała się istotnym elementem polityki rządów państw członkowskich. W Danii przyjęto cały pakiet ustaw regulujący m.in. powstanie centrów edukacji dorosłych i prowadzenie kursów dokształcających na potrzeby rynku pracy, a w Holandii wprowadzone zmiany dały jednostkom edukacyjnym znaczną swobodę w podejmowaniu decyzji w dziedzinie wykorzystania zasobów, organizacji nauczania indywidualizacji kursów w zależności od potrzeb zgłaszających się.

W Polsce istotnym impulsem, który znacznie zwiększył dostępność do oferty edukacyjnej, stały się fundusze europejskie. Jak

pokazują ubiegłoroczne badania Polskiej Agencji Rozwoju Przemysłu „Bilans Kapitału Ludzkiego”, ponad 1/3 Polaków podnosi swoje kompetencje zawodowe. To w ocenie specjalistów dobra wiadomość, bo pokazuje rosnącą samoświadomość ludzi obecnych na rynku pracy. Analityków PAPR niepokoi jednak to, że 64% z nas nie dokształca się, a jednym z powodów jest brak takiego wymogu ze strony pracodawców. Okazuje się, że polskie przedsiębiorstwa posiadają ograniczoną wiedzę na temat swojego kapitału ludzkiego. Jak podaje PARP, tylko 29% firm dokonuje jakichkolwiek prób pomiaru kapitału ludzkiego, analizując koszty, bez odniesienia do efektów. Przeważająca większość nie postrzega zatem kapitału ludzkiego jako inwestycji, ale jedynie jako koszt, który należy kontrolować i ograniczać.

W 2012 roku 36% Polaków w wieku 18–64 lata zadeklarowało, że podnosiło swoje kompetencje w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badanie. Największa grupa – blisko 30% dorosłych Polaków – uczestniczyła w kursach i szkoleniach, a także dokształcała się poprzez samokształcenie. 20% wybrała różnego rodzaju kursy, warsztaty, seminaria, konferencje, studia podyplomowe i staże. Ale mniej popularne niż w Polsce samokształcenie jest na Węgrzech (9% zainteresowanych) i w Grecji (14,5%). Największe zainteresowanie podnoszeniem kwalifikacji jest w krajach skandynawskich: w Szwecji, Finlandii i Norwegii. Średni poziom uczestnictwa w kursach, szkoleniach i stażach w krajach Unii Europejskiej wynosi 35,7% osób dorosłych, a jest porównywalny z polskim, co oznacza, że co trzeci Europejczyk jest przekonany, że poszerzanie swojej wiedzy, zdobywanie nowych doświadczeń i umiejętności ma sens i podnosi jego konkurencyjność na rynku pracy.

SPIS TREŚCI

magazyn KUŹNI KADR

3

Uczelnia to miejsce, do którego się wraca
dr inż. Dorota Kwiatkowska-Ciotucha

4–5

Chcemy szkoleń na miarę potrzeb
Rozmowa z prof. zw. dr hab. Bogusławem Fiedorem, prorektorem Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu o znaczeniu samokształcenia, idei open access knowledge i wymaganiach, jakie rynkowi edukacyjnemu stawiają ci, którzy podnoszą swoje kwalifikacje

6–7

Niemieckie uczelnie dokonują bilansu
Prof. Dr. Heinz Cornel, Sieglinde Machocki M.A. i Alice Salomon z Hochschule Berlin o tym, na co należy zwrócić uwagę w procedurze uznania wiedzy i umiejętności zdobytych poza uczelnią na poczet studiów z perspektywy ponad 10 lat doświadczeń niemieckiego szkolnictwa wyższego

8–9

Uznawalność – sposób na konkurencyjność na rynku edukacyjnym – Jesteśmy pionierami we wdrażaniu uznawalności efektów kształcenia zdobywanego nieformalnie
Rozmowa z dr hab. Bartłomiejem Nitą, prof. UE z Wydziału Zarządzania, Informatyki i Finansów Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

10–21

KUŹNIA KADR 6 – szkolenia otwarte
Propozycja szkoleń dla osób pracujących, w wieku 40+, absolwentów uczelni do 5 lat od opuszczenia uczelni, menedżerów firm, nauczycieli przedsiębiorczości i przedmiotów ekonomicznych

22–23

Kuźnia Kadr 7, czyli budowa i wzmacnianie relacji absolwentów oraz pracodawców z uczelnią
dr Beata Pachnowska o szczegółach Programu Absolwent – unikatowej próbie przeniesienia rozwiązań korporacyjnych oraz istniejących nawyków konsumenckich na grunt polskich uczelni

Redakcja Magazynu KUŹNIA KADR
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
ul. Komandorska 118/120, Wrocław
Redaktor prowadząca: Katarzyna Kaczorowska
Biuro Projektu: Budynek L
tel.: 71 36 80 857, 71 36 80 869, fax 71 36 80 754
e-mail: dopr@ue.wroc.pl
Fot. Adam Rudnicki, Marcin Tymków,
Zdjęcia: www.fotolia.pl, www.shutterstock.com

Uczelnia to miejsce, do którego się wraca

Ostatnie dwadzieścia pięć lat to okres niespotykanych wcześniej zmian w polskim szkolnictwie wyższym. Najpierw ustawa z 1990 r. umożliwiająca tworzenie niepaństwowych uczelni zapoczątkowała lawinowy wręcz wzrost liczby szkół wyższych, co łącznie z wejściem na uczelnie roczników wyżu demograficznego lat osiemdziesiątych spowodowało, że w krótkim czasie z europejskiego średniaka staliśmy się wiodącym krajem pod względem odsetka osób z wyższym wykształceniem. Potem okazało się, że ten bardzo szybki wzrost spowodował obniżenie jakości nauczania, co przełożyło się na krytykę programów nauczania ze strony pracodawców. A od kilku lat silna konkurencja ze strony zagranicznych uczelni oraz znaczne zmniejszenie popytu na usługi edukacyjne związane z niżem demograficznym powodują, że polskim uczelniom coraz trudniej jest odnieść sukces.

Kolejne nowelizacje ustawy *Prawo o szkolnictwie wyższym* wymuszają niejako zmiany funkcjonowania polskich uczelni. Za kluczowe uznaje się obecnie działania w obszarze: aktywności polskich uczelni na arenach międzynarodowych, współpracy z pracodawcami, które mają zapewnić lepsze przygotowanie absolwentów do wejścia na rynek pracy, otwarcia się uczelni na społeczność lokalną oraz ocieplenia relacji z absolwentami. Od polskich uczelni oczekuje się zmiany wizerunku – ze świątyni wiedzy na miejsce otwarte dla swoich absolwentów, do którego się wraca przez całe zawodowe życie. Miejsce, w którym po ukończeniu edukacji formalnej można podnieść lub nabyć kompetencje pożądane na rynku pracy, i gdzie poprzez coachig, czy mentoring można się podzielić swoim doświadczeniem z młodszymi rocznikami.

Warto podkreślić, że Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego nie narzuca uczelniom gotowych rozwiązań. Szkoły same mają wypracować najlepsze dla siebie formy aktywności, a ich skuteczność zapewni lub nie poszczególnym uczelniom możliwość pozostania na rynku i dalszy rozwój.

Olbrzymie możliwości stworzenia i przetestowania dobrych rozwiązań dają projekty innowacyjne realizowane przez uczelnie ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego. W 2012 r. w całej Polsce do realizacji wybrano 23 takie



aplikacje, z czego dwie z Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. **Kuźnia Kadr 6** to projekt poświęcony wypracowaniu nowoczesnej koncepcji otwarcia się uczelni na obszar kształcenia ustawicznego. Szczególnie ważne zagadnienie to wypracowanie skutecznych działań w zakresie szkoleń otwartych prowadzonych przez uczelnie oraz rozwiązywania w obszarze uznawalności kwalifikacji zdobytych w sposób nieformalny. **Kuźnia Kadr 7** to natomiast projekt, którego celem jest stworzenie programu lojalnościowego dla absolwentów polskich uczelni. Wierzymy, że funkcjonowanie takiego programu przyczyni się do nawiązania rzeczywistego kontaktu absolwentów z uczelniami i pozwoli na realizację monitoringu ich zawodowych losów. Oba innowacyjne projekty realizowane są w Dziale Obsługi Projektów Rozwojowych UE we Wrocławiu, i oba znajdują się obecnie w fazie testowania wypracowanych rozwiązań. Jeśli testy wypadną pozytywnie nasze rozwiązania zostaną zaproponowane jako dobre wzorce i upowszechnione w innych polskich uczelniach. W procesie testowania ważne są każde opinie. Zachęcam więc do odwiedzenia naszej siedziby (budynek L w części B kampusu Uczelni), śledzenia naszych stron internetowych oraz współpracy z zespołem DOPR przy realizacji projektów. Serdecznie zapraszam Państwa do lektury siódmego już numeru naszego Kwartalnika poświęconego tym razem kwestiom kluczowym dla projektu **Kuźnia Kadr 6**.

dr inż. Dorota Kwiatkowska-Ciotucha

Kierownik DOPR UE we Wrocławiu.
Ekspert Ministerstwa Rozwoju Regionalnego w obszarze szkolnictwa wyższego, edukacji, adaptacyjności przedsiębiorstw i współpracy ponadnarodowej.



Chcemy szkoleń na miarę potrzeb

.....

Rozmowa z prof. zw. dr hab. Bogusławem Fiedorem
prorektorem Uniwersytetu Ekonomicznego ds. Współpracy z Zagranicą, dwukrotnym rektorem uczelni

.....

Samokształcenie – nikt chyba nie ma już wątpliwości, że to podstawa obecności na rynku pracy. Czy świadomość tej konieczności wśród absolwentów polskich uczelni jest taka sama jak na Zachodzie?

By rzetelnie odpowiedzieć na tak postawione pytanie, należałoby zrobić badania, ja mogę mówić o tej kwestii, odnosząc się do doświadczeń Uniwersytetu Ekonomicznego i sądzę, że nie ma tu wielkich różnic, zwłaszcza patrząc na rozwój kształcenia podyplomowego w Polsce.

To znaczy?

To znaczy, że wszyscy wiemy, jak jest ważne. Na naszej uczelni bywały lata, że mieliśmy po 2500-2800 słuchaczy studiów podyplomowych. Obecnie ta liczba wynosi ok. 2000, co z jednej strony jest odbiciem kryzysu demograficznego, ale też i pokazuje nasycanie się rynku. To zaś z kolei sprawia, że musimy zastanowić się nad nową formą kształcenia ustawicznego w postaci już nie przede wszystkim studiów podyplomowych, ale też krótszych, miesięcznych, dwumiesięcznych czy dwutygodniowych kursów i szkoleń. I tu możemy mówić o sukcesie, bo zaproponowaliśmy atrakcyjne przedmioty takich szkoleń i okazało się, że popyt jest bardzo dobry.

Zmniejszenie popytu to tylko kwestia niżu demograficznego?

Nie, barierą są często możliwości finansowe, bo kształcenie na specjalistycznych kursach i szkoleniach nie jest tanie i podejrzewam, że część potencjalnych słuchaczy rezygnuje z powodu kosztów, których samodzielnie nie są w stanie udźwignąć. Ale globalnie zapotrzebowanie na samokształcenie jest duże i systematycznie rośnie. Po prostu każdy kto pracuje zawodowo ma świadomość, jak szybko wiedza może nie tyle się dezaktualizować, ile jak dużo trzeba wiedzieć nowego, by móc działać skutecznie i efektywnie w różnych dziedzinach aktywności ekonomicznej czy społecznej. Ba, również i wśród ludzi, którzy nie są już aktywni zawodowo, czyli wśród seniorów, widać bardzo duże zainteresowanie pogłębianiem wiedzy, o czym świadczy sukces instytucji, które nazywamy uniwersytetami trzeciego wieku czy uniwersytetami otwartymi. Zainteresowanie ich ofertą jest tak ogromne, że trzeba było wprowadzić – niestety – limit miejsc. Tak więc patrząc na kwestię kształcenia ustawicznego z instytucjonalnego punktu widzenia, czyli poprzez popyt i uczestnictwo

w zorganizowanych, oferowanych przez uczelnie wyższe formach, mogę z czystym sumieniem powiedzieć, że zapotrzebowanie jest duże. Więcej nawet – można je zaobserwować już u studentów. ***I tak było zawsze, czy też raczej sytuacja dynamizuje się od kilku lat?*** Hm, powiem tak – gospodarka oparta na wiedzy czy społeczeństwo informacyjne, stają się faktem.

A nie wymogiem współczesnego świata?

Oczywiście i w takiej gospodarce, w takim społeczeństwie, w sposób naturalny rośnie świadomość potrzeby stałego kształcenia się. Kto się nie rozwija, ten się cofa, bo inni się rozwijają i podnoszą swoją wiedzę. Ten zakres w Polsce jest wciąż niedostateczny właśnie ze względu na barierę kosztową, mamy za mało tego typu wiedzy oferowanej na zasadzie wolnego dostępu, ale tu już w większym stopniu procesy samokształcenia musiałoby współfinansować w jakiś sposób państwo. Idea tzw. open access knowledge dopiero się w Polsce pojawiła, ale w niektórych krajach, zwłaszcza w Skandynawii i Stanach Zjednoczonych dynamicznie się rozwija. Dzięki niej wielu ludzi poprzez środki nowoczesnej komunikacji i technologii informacyjnych ma dostęp do potrzebnej im wiedzy, czyli niekoniecznie musi swoją wiedzę i kwalifikacje podnosić poprzez zinstytucjonalizowane formy oferowane przez uczelnie czy przez inne instytucje edukacyjne, ale może to robić na własną rękę. W Polsce ten zakres jest jeszcze zbyt mały, ale i on powoli się rozwija – w tej chwili na uczelniach mamy już szereg finansowanych przez ministerstwo depozytoriów wiedzy, do których mamy wolny dostęp. Mam nadzieję, że to się będzie rozszerzać, ale oczywiście do tego są potrzebne pieniądze, których póki co na uczelniach nie mamy w ilości pozwalającej na rozwijanie tego właśnie kierunku w wystarczającym stopniu.

Na ile oferta dotycząca podnoszenia kwalifikacji, rozwoju absolwentów na różnych etapach kariery zawodowej jest skorelowana z potrzebami rynku?

To jest bardzo dobre pytanie i wydaje mi się, że jest skorelowana w 100-procentach, bo przecież w tym przypadku mówimy o rynku edukacyjnym. Jeżeli zaoferujemy coś na co nie ma popytu, to nikt się na takie zajęcia nie zgłosi, a więc nie będzie zajęć. Uruchamiane jest tylko to, na co jest popyt. Oczywiście

.....

może on być większy albo mniejszy w zależności od tego, jak różna będzie z naszego punktu widzenia rentowność w sensie ekonomicznym takiej oferty. Jeżeli będzie więcej słuchaczy to oczywiście rentowność będzie wyższa, można też zaoferować jakieś studia przy niższej cenie – co zwiększy popyt – ale tu zawsze trzeba polegać na badaniu rynku i wyszukiwaniu pewnych nisz wymagających zagospodarowania.

Czy pokusiłby się Pan jako praktyk, rektor uczelni ocenić, czy i w jaki sposób zmieniają się potrzeby rynku?

Przede wszystkim one zmieniają się nieustannie. Jeszcze kilka lat temu było na przykład ogromne zainteresowanie ofertą naszych studiów podyplomowych dotyczących szeroko rozumianej rachunkowości, audytu, kontrollingu, zarządzania finansami. I oczywiście te studia dalej budzą zainteresowanie, ale pojawiły się już nowe kierunki typu zarządzanie bezpieczeństwem, bezpieczeństwo pracy czy problemy związane ze zrównoważonym rozwojem, bo zmienia się też funkcjonowanie przedsiębiorstw czy instytucji, a więc i pojawiają się nowe kierunki, nowe priorytety i musimy reagować. Powiedziałbym, że czasami działamy wyprzedzająco i to też jest bardzo ważna kwestia organizacyjna – czy umiemy z odpowiednio skrojoną ofertą dotrzeć do potencjalnych słuchaczy.

Czy wśród nich dominują absolwenci waszej uczelni?

Jest ich co najmniej połowa, bo wiedzą, czego u nas szukać, ale przychodzi też do nas bardzo dużo ludzi z politechniki i uczelni medycznych. Od lat na przykład prowadzimy studia podyplomowe w zakresie zarządzania służbą zdrowia czy w opiece społecznej.

Pamiętam, że przebojem okazały się studia podyplomowe z zarządzania parafią dla księży.

Rzeczywiście były hitem, ale popyt był tutaj stosunkowo ograniczony, tak jak liczba parafii. Tyle, że profilując ofertę dla osób podnoszących swoje kwalifikacje oczywiście nie tylko musimy pamiętać o niewidzialnej ręce rynku, ale też dotożyć wielu starań i ponieść pewne koszty, by stworzyć atrakcyjną podaż. Przecież rynek to nie tylko popyt, to również podaż, a więc kwestia warunków, na jakich ta oferta jest realizowana. Ponad rok temu Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu oddał do użytku piękny nowy budynek – Centrum Szkolenia Ustawicznego, który nota bene dostał pierwszą nagrodę w konkursie Dolnośląska Budowla Roku 2012 – ma supernowoczesną infrastrukturę i jest nowoczesnie zarządzany. Warunki, jakie daje ludziom podnoszącym swoje kwalifikacje, są na najwyższym poziomie i to ma znaczenie, zwłaszcza w sytuacji konkurencji na rynku edukacyjnym. Równie ważne jest też i to, że dzięki temu słuchacz może identyfikować się z uczelnią. Słowem – podaż musi być na odpowiednim poziomie i w odpowiednich warunkach. Po wiedzę i nowe umiejętności przychodzi przecież często ludzie już z doświadczeniem zawodowym, często na stanowiskach kierowniczych i mają określone oczekiwania co do jakości oferty, także wymiarze dotyczącym warunków zdobywania wiedzy.

Czy słuchacze studiów podyplomowych, kursów mówią wprost o swoich oczekiwaniach?

Powiem tak – to osoby świadome, a najbardziej świadome są

te, które uczestniczą w formach kształcenia ustawicznego krojonych na miarę. Organizujemy kształcenia podyplomowe na zamówienie konkretnych instytucji, typu np. Getting Holding, dla którego robiliśmy szkolenia w zakresie zarządzania nieruchomościami – konkretnie Home Brokers. Teraz równie precyzyjnie opracowane szkolenia robimy dla Credit Agricole i paru innych instytucji. Tutaj oczywiście nie tyle sami pracownicy, ile zarządy firm określają oczekiwania, ale my też śledzimy uważnie rynek, by zawczasu przygotować atrakcyjne propozycje. Przykładowo, w tej chwili w Polsce są implementowane coraz bardziej rygorystyczne wymagania Unii Europejskiej dotyczące efektywności energetycznej budynków, co wymaga nowego sposobu czy innego patrzenia na zarządzanie nieruchomościami w sensie kosztowym. Przygotowujemy się w związku z tym ofertę, która by poszerzała czy wręcz tworzyła wiedzę i kompetencje ludzi w tym zakresie.

To byłaby oferta dla spółdzielni mieszkaniowych?

Też, ale i dla zarządców, wspólnot, deweloperów, słowem dla wszystkich zarządzających nieruchomościami. W gospodarce nieruchomościami nie tylko chodzi o ich wycenę, sprzedaż, ale też o zarządzanie związane z użytkowaniem. Wiemy, że w związku z nowymi regulacjami unijnymi wiele będzie musiało się zmienić i stąd przygotowujemy taką ofertę, ale to też oznacza, że jeżeli widzimy, iż pewne rzeczy są nie tyle passe, ile ich znaczenie relatywnie maleje, to szukamy obszarów, które wypełnią tworzącą się lukę. Podam też konkretny przykład – nastąpiła deregulacja wielu zawodów, w tym niektórych zawodów związanych z finansami czy księgowością i to prawdopodobnie może zmniejszyć popyt na tego typu studia podyplomowe, bo one często były robione pod kątem egzaminów państwowych. I tutaj też będziemy musieli wykazać się elastycznością i uważną obserwacją rynku.

Kiedy kończył Pan studia, Pana koleżanki i koledzy z roku mieli świadomość, że wszyscy będą kształcić się dalej?

Myśmy od początku mieli taką świadomość, ale myślę, że czy kiedyś, czy teraz, wiele zależy od indywidualnej motywacji. Jest wielu ludzi, którzy nie są nastawieni na tzw. karierę, zadowolają się wykonywaniem pewnych rutynowych czynności, czy takich bardziej szeregowych czy operacyjnych funkcji i w przypadku takich ludzi, tak 40 lat temu, jak i dzisiaj potrzeba kształcenia ustawicznego jest mniejsza. Ale jeżeli ktoś chce robić karierę w każdym wymiarze: naukowym, biznesowym, w sensie pionowego awansu w korporacji czy administracji publicznej, to z góry musi przyjąć, że będzie musiał się dokształcać, a w weekendy nie będzie wyłącznie siedział na kanapie przed telewizorem, ale czytał specjalistyczne publikacje i poszerzał swoją wiedzę.

Zdecydowałby się Pan na studia podyplomowe dla własnej przyjemności?

Tym pytaniem mnie pani zaskoczyła – myślę, że zdecydowałbym się, ale na pewno nie byłoby to studia związane z moją profesją, raczej takie, które rozszerzyłyby moją wiedzę w zupełnie innym obszarze. Kolekcjonuję sztukę, więc gdybym miał czas, zdecydowałbym się na studia w zakresie historii sztuki.



Niemieckie uczelnie dokonują bilansu

Na co należy zwrócić uwagę w procedurze uznania wiedzy i umiejętności zdobytych poza uczelnią na poczet studiów?

.....

Prof. Dr. Heinz Cornel
Sieglinde Machocki M.A.
Alice Salomon Hochschule Berlin

.....

1. WPROWADZENIE

Od 2002 roku istnieje w Niemczech możliwość uznania wiedzy i umiejętności zdobytych poza uczelnią na poczet studiów, pod warunkiem, że pod względem treści i poziomu są one równoważne z tą częścią studiów, którą mają zastąpić. Umiejętności te mogą zastąpić maksymalnie 50% programu studiów.

W trosce o zagwarantowanie jakości Niemieckie Ministerstwo Edukacji i Badań (das Bundesministerium für Bildung und Forschung – BMBF), od 2005 roku udziela szkołom wyższym i uniwersytetom finansowego i organizacyjnego wsparcia w przygotowaniu procedur uznawalności oraz ich implementacji w ramach programów pilotażowych. W latach 2005–2011 BMBF promowało program „Uznanie kompetencji zawodowych na poczet kierunków studiów (ANKOM)”¹, a w 2012 roku uruchomiło jego kontynuację pod nazwą „ankom – przejście od edukacji zawodowej do edukacji w szkolnictwie wyższym”². Poza tym zarówno na szczeblu ogólnokrajowym, jak i poszczególnych krajów związkowych od 2008 roku realizowana jest sześcioletnia inicjatywa „Awans przez edukację: otwarte szkoły wyższe i uniwersytety”, która ma dalekosiężny cel. Inicjatywa ta ma otworzyć szkolnictwo wyższe na nowe grupy docelowe takie jak osoby pracujące, osoby ze zobowiązaniami i obowiązkami rodzinnymi, osoby powracające do zawodu oraz bezrobotni absolwenci szkół wyższych i uniwersytetów. Procedury uznawalności są jednym z narzędzi, jakie mogą zostać wykorzystane do osiągnięcia tego celu.

W lipcu 2013 roku Konferencja Rektorów Szkół Wyższych (Hochschulrektorenkonferenz – HRK)³ zaprosiła ekspertów biorących udział w realizacji programów pilotażowych na obrady pod tytułem „Uznanie kompetencji zawodowych – gdzie jesteśmy, dokąd idziemy?”. Celem obrad była prezentacja dotychczasowych doświadczeń ekspertów wszystkim zainteresowanym, reprezentującym szkolnictwo wyższe. W dalszej części artykułu zostaną przedstawione wyniki obrad, które wskazują,

na co szkoły wyższe i uniwersytety powinny zwrócić szczególną uwagę przy wprowadzaniu procedury uznawalności.

2. DYKUSJA O KONIECZNOŚCI OTWARCIA SZKOLNICTWA WYŻSZEGO

Wielu nauczycieli akademickich nie uzmysłowiło sobie jeszcze faktu, że zmiany demograficzne będą prawdopodobnie prowadzić do braku specjalistów. Powinni oni zatem zostać skonfrontowani z dyskursem prowadzonym w Unii Europejskiej odnośnie utrzymania oraz poprawy globalnej konkurencyjności. Podniesienie kwalifikacji dużej części społeczeństwa jest niezbędnym warunkiem, dającym możliwość pokrycia zapotrzebowania na wysoko wykwalifikowane osoby, dysponujące aktualnym poziomem wiedzy i potrafiące w elastyczny sposób wykorzystać swoje kompetencje. W czasach zindywidualizowanych biografii zawodowych i edukacyjnych oraz dokonującego się jednocześnie błyskawicznego postępu technologicznego, szkolnictwo wyższe musi wnieść swój wkład przez otwarcie się na nowe grupy docelowe oraz umożliwienie tym grupom realizacji ścieżek edukacyjnych na przestrzeni całego życia. Ważnym elementem podnoszącym atrakcyjność stałego zdobywania i podnoszenia kwalifikacji przez osoby posiadające doświadczenie zawodowe, jest stworzenie w szkołach wyższych i uniwersytetach możliwości uznania kompetencji zawodowych na poczet studiów oraz przypisania odpowiedniej wartości wiedzy i umiejętnościom zdobytym poza uczelnią.

¹ <http://ankom.his.de/archiv>

² <http://ankom.his.de/bmbf>

³ Konferencja Rektorów Szkół Wyższych (Hochschulrektorenkonferenz – HRK) jest stowarzyszeniem państwowych oraz uznanych państwowo uniwersytetów i szkół wyższych w Niemczech, działającym w oparciu o zasadę dobrowolności. Obecnie zrzesza 267 uczelni-członków, w których immatrykulowano 94% wszystkich studentów w Niemczech. HRK reprezentuje szkolnictwo wyższe na arenie politycznej oraz publicznej, stanowi forum wymiany myśli szkół wyższych i uniwersytetów.



Uznanie kompetencji zdobytych w trakcie wykonywania zawodu może stać się zachętą do podjęcia studiów lub rozpoczęcia procesu podnoszenia swoich kwalifikacji. Zgodnie z tą logiką argumentacji umożliwienie realizacji ścieżki edukacyjnej przez całe życie oraz otwarcie szkolnictwa wyższego na nietradycyjne grupy docelowe przyczyni się w decydujący sposób do wzrostu gospodarczego oraz społecznego dobrobytu.

Na forum HRK (Konferencji Rektorów Szkół Wyższych) podkreślano, że każda szkoła wyższa i uniwersytet powinny w odniesieniu do tego rynku pracy, na potrzeby którego kształcą, dokonać analiz rozwoju demograficznego społeczeństwa opartego na wiedzy oraz wynikających z nich potrzeb edukacyjnych, jak również zapotrzebowania na doksztalcenie. Istotnym jest pytanie, czy uznawalność może być odpowiednim instrumentem służącym rozwiązaniu bieżących i przyszłych potrzeb oraz kiedy i na jakich kierunkach musiałaby zostać wprowadzona.

3. ŚWIADOME DECYZJE

Po wskazaniu kierunków studiów, na których wprowadzenie procedury uznawalności byłoby sensowne, należy – zgodnie z doświadczeniem Idy Stamm, która sprawowała nadzór naukowy nad realizacją projektu pilotażowego, przeprowadzić szeroko zakrojoną dyskusję kończącą się świadomym podjęciem decyzji odnośnie tego, jakie kompetencje, umiejętności i wiedza (zdobyte w drodze kształcenia zawodowego, poza szkolnictwem wyższym, w kształceniu formalnym, pozaformalnym i nieformalnym) w drodze realizacji jakiej procedury mogą zostać uznane na poczet studiów. Należy również zdecydować, jakie części programu studiów muszą bezwzględnie być realizowane w uniwersytecie, czy też szkole wyższej. Dyskusje tego typu wystrzegają świadomość nie tylko na procesy dydaktyczne i efekty kształcenia w kontekstach zawodowych i innych obszarach, ale również odnośnie roli szkolnictwa wyższego w procesach edukacyjnych.

Powinno się dokonać świadomego wyboru ram referencyjnych dla procedury uznawalności. Niektóre uczelnie w Niemczech pracują w oparciu o Niemieckie Ramy Kwalifikacji dla uczenia się przez całe życie, niektóre odnoszą się do specyficznych Specjalistycznych Ram Kwalifikacji, a jeszcze inne do taksonomii nauczania/uczenia się. Każde ramy kwalifikacji zawierają wskaźniki i obejmują poszczególne poziomy. Wszyscy nauczyciele akademicy powinni sprawdzić, w jaki sposób rozumieją i stosują te wskaźniki oraz poziomy w odniesieniu do swojego obszaru, by można było mieć pewność, że rozumieją dokładnie w ten sam sposób często abstrakcyjny zestaw pojęć.

Jaką formę powinien mieć egzamin weryfikujący? Czy powinien być to egzamin sumatywny czy też może raczej normatywny? Jakie typy zadań byłyby odpowiednie i umożliwiłyby sprawdzenie uzyskanych kompetencji i umiejętności pod kątem ich ekwiwalencyjności? Procedura uznawalności powinna wiązać się tak dalece ze świadomymi decyzjami, jak jest to tylko możliwe, stwierdza Ida Stamm.

4. ZDEFINIOWANIE KOMPETENCJI, ICH PRAWNE ZAKOTWICZENIE ORAZ UPOWSZECHNIANIE

Większość ekspertów podkreśla, że przed wprowadzeniem procedury uznawalności należy bardzo jasno określić zakresy odpowiedzialności, obowiązki oraz terminy. Powinny one również zostać uregulowane odpowiednimi przepisami prawnymi. W ten sposób można wykluczyć szereg problemów kompetencyjnych.

Dr Müskens z Uniwersytetu w Oldenburgu podkreślał znaczenie przejrzystości samej procedury. Informacje na temat jej przebiegu, terminów, niezbędnych dokumentów, podstaw prawnych oraz możliwości odwołania się od decyzji powinny być ogólnodostępne.



Uznawalność – sposób na konkurencyjność na rynku edukacyjnym

.....

Rozmowa z dr hab. Bartłomiejem Nitą, prof. UE
z Wydziału Zarządzania, Informatyki i Finansów Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

.....

Skąd się wzięła potrzeba, by określić i wprowadzić ramy prawne uznawalności dla kwalifikacji zdobywanych w obszarach formalnym i nieformalnym?

Obecnie osoby dorosłe zdobywają efekty kształcenia na wiele sposobów, nie tylko w murach uczelni wyższych i innych instytucji edukacyjnych. Konkurencyjność gospodarki europejskiej jest ściśle uzależniona od zdolności Europejczyków do ustawicznego kształcenia i doskonalenia się. Trendy te są oczywiście dostrzegane w państwach członkowskich Unii Europejskiej i w związku z tym są bardzo mocno promowane przez Parlament Europejski i Radę Unii Europejskiej m.in. w formie wielu oficjalnych zaleceń. Te tendencje w dużym uproszczeniu to konieczność podjęcia działań mających ułatwiać ludziom w różnym wieku zdobywanie kwalifikacji w cyklu kształcenia przez całe życie. Takie ułatwienie wiąże się z koniecznością wprowadzenia uznawalności tych kwalifikacji.

Musi istnieć mechanizm, który sprawi, że moje kwalifikacje będzie potwierdzał jakiś np. dokument?

Dokładnie tak. Dzisiaj otoczenie gospodarcze zmienia się bardzo szybko, a ludzie w bardzo różny sposób zdobywają wiedzę, doświadczenie, umiejętności i kompetencje społeczne, czyli szeroko rozumiane kwalifikacje. Nie tylko w sposób tradycyjny, czyli w murach szkolnych, czy uniwersyteckich. Dzisiaj osoby dorosłe uczą się samodzielnie, np. za pośrednictwem Internetu, zdobywają ponadto doświadczenia poprzez pracę zawodową, komunikując się z innymi ludźmi, chodząc samodzielnie na różnego rodzaju kursy, szkolenia. To spektrum możliwości jest niezwykle szerokie i my, jako pracownicy Uniwersytetu, nie możemy nie dostrzegać tych procesów i uważać, że jesteśmy jedyną instytucją powołaną do tego, by przekazywać ludziom wiedzę, umiejętności i kompetencje. Dlatego chcemy podjąć wyzwanie, które będzie zorientowane na uznawanie tych efektów kształcenia, które są zdobywane w bardzo różny sposób. Już je podjęliśmy.

Jak jednak przy takiej różnorodności wprowadzić regulacje, które z założenia są sztywne?

Dlatego to tak duże wyzwanie. Wzmocnione tym bardziej, że w planowanej nowelizacji ustawy o szkolnictwie wyższym mają być zawarte ogólne zasady – w postaci kilku paragrafów – dotyczące uznawalności.

Jakie to zasady?

Zgodnie z zapisami ustawy uczelnie wyższe, które mają pozytywną ocenę programową lub uprawnienia do nadawania stopnia naukowego doktora będą miały prawo do uznawania efektów kształcenia zdobywanego w systemach pozaformalnym i nieformalnym. Ustawa określa ponadto, do kogo skierowane są te zmiany. Chodzi tu o osoby z doświadczeniem zawodowym. Przykładowo, efekty uczenia się mogą zostać potwierdzone osobie posiadającej tytuł zawodowy licencjata i co najmniej trzy lata doświadczenia zawodowego, jeśli ta osoba ubiega się o przyjęcie na studiów drugiego stopnia i będzie wnioskować o uznanie efektów kształcenia.

Czyli tak naprawdę nowelizacja ustawy, mówiąc nieco urzędniczo, wychodzi naprzeciw potrzebom osób tworzących rynek pracy?

Tak, takie są założenia jeszcze poprzedniej pani minister nauki i szkolnictwa wyższego. Ale żeby powiedzieć, w jaki sposób to ująć we wspólne ramy, najpierw trzeba by doprecyzować, w jaki sposób można zdobywać efekty kształcenia. Praktyka światowa pokazuje, że najbardziej ogólnie można podzielić je na trzy podstawowe grupy. Pierwsza to zdobywanie efektów w sposób formalny, tradycyjny, w murach uczelni. Jest to siłą rzeczy potwierdzane w sposób formalny dyplomami ukończenia studiów, I i II stopnia. Drugi to zdobywanie efektów kształcenia w sposób pozaformalny. Przede wszystkim w wyniku uczestniczenia w różnego rodzaju kursach, szkoleniach, które organizowane są albo przez pracodawcę wewnątrz albo poprzez firmy i instytucje szkoleniowe. Dzisiaj, szczególnie w dużych firmach, dużych korporacjach, w naszych dyscyplinach, takich jak ekonomia, zarządzanie, czy finanse ludzie nieustannie uczestniczą w kursach dokształcających. To są często bardzo krótkie formy, jedno-dwudniowe, czasem też i bardziej rozbudowane programy szkoleniowe, ale generalnie rzecz ujmując, wszystkie kończą się jakąś formą certyfikacji. Uczestnicy dostają dyplomy czy też świadectwa ukończenia kursów, potwierdzające do pewnego stopnia ich kwalifikacje. Ale jest jeszcze trzeci sposób zdobywania efektów kształcenia, nieformalny, a więc nie w szkole, na kursach, czy poprzez programy edukacyjne, tylko w sposób samodzielny. Najprościej rzecz ujmując można powiedzieć, że takie osoby określamy mianem samouków.

Jak zostaje się samoukiem?



Czytając literaturę fachową, potrzebne do pracy materiały w Internecie czy prasie specjalistycznej, rozmawiając na ten temat z zawodowcami z bardziej doświadczonymi współpracownikami, uczestnicząc w realizacji różnych projektów, wykonując samodzielnie analizy, obserwując życie gospodarcze.

Pan mówi o naturalnej ścieżce poszerzania wiedzy w trakcie zdobywania doświadczenia zawodowego, ale jak tę wiedzę zweryfikować i to jeszcze formalnie?

Dlatego uznawalność jest takim wyzwaniem. Nasze działania prowadzone w Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu przewidują powołanie Wydziałowych Komisji do spraw Uznawalności Efektów Kształcenia, wspieranych przez specjalistów z różnych obszarów, w ramach każdego wydziału naszej uczelni. Oczywiście wymaga to wprowadzenia szczegółowych administracyjnych procedur postępowania w zakresie uznawalności efektów kształcenia po to, aby zagwarantować wysoką jakość całego procesu.

I ktoś, komu zależy na zdobyciu formalnego potwierdzenia swojej kwalifikacji, będzie mógł przyjść i zdać egzamin przed taką komisją?

Tak, przy czym będzie to jedna z form potwierdzających posiadanie przez kandydata efektów kształcenia. Dobre praktyki światowe – robiliśmy takie badania w Niemczech i obserwowaliśmy, jak to robią nasi zachodni sąsiedzi, którzy mają bardzo duże doświadczenie w tej kwestii – wskazują, że jedną z najbardziej rozpowszechnionych metod jest składanie przez potencjalnego kandydata swego rodzaju portfolio. Wyobraźmy sobie osobę, która ma 30, 40 lub więcej lat i jest przekonana, że ma wiedzę, doświadczenie i kompetencje z zakresu rachunkowości, bo pracuje np. na stanowisku księgowej/go od 15 lat. Nie ma jednak tych kwalifikacji potwierdzonych formalnie tytułem zawodowym magistra, chciałaby skończyć studia II stopnia, ale z różnych powodów, np. rodzinnych, uczestnictwo w tradycyjnych studiach, spędzanie wielu godzin w weekendy na uczelni, jest dla niej nie do przyjęcia. Taka osoba czuje, że wiele przedmiotów zna bardzo dobrze z praktyki zawodowej i nie musi ich formalnie zdawać.

I co może zrobić taki człowiek?

Procedura uznawalności da takiej osobie możliwość przyjścia na uczelnię, złożenia swojego portfolio, rozumianego jako zbiór różnego rodzaju dokumentów, zaświadczeń, certyfikatów, dyplomów potwierdzających np. ukończenie kursów księgowości oraz wyników swoich prac zawodowych. W zawodach ekonomicznych pracują ludzie, którzy przeprowadzają różnego rodzaju analizy, są specjalistami do spraw finansów, księgowości, controllingu, zarządzania, ale nie mieli okazji skończyć studiów. Dlatego nasza oferta jest szczególnie adresowana do osób z doświadczeniem, trochę starszych, które chciałyby skończyć studia, ale w tradycyjnej formule zrobić tego nie mogą. Kiedy przyjdą do nas, odpowiednie komisje wydziałowe będą miały za zadanie rozpatrzenie ich wniosków, kierowanych do dziekana, z prośbą o formalne uznanie efektów kształcenia odpowiednich dla konkretnego przedmiotu. Portfolio będzie stanowić załącznik do takiego przedkładanego do rozpatrzenia wniosku.

Czy od nowego roku akademickiego 2014/2015 komisje wydziałowe do spraw uznawalności będą już działały?

Bardzo byśmy chcieli, by tak było. Żeby tak się mogło stać, regulamin uznawalności efektów kształcenia powinien być zatwierdzony przez Senat uczelni przed wakacjami.

Jak zamierzacie dotrzeć z informacją do ludzi? Czy uczelnia zapewni im partnera, który podpowie kolejne kroki w staraniach o uznanie nieformalnej wiedzy?

Chcemy powołać specjalny punkt konsultacyjny na uczelni, który będzie połączony z biurem rekrutacyjnym. Innymi słowy, będzie to biuro rekrutacyjne o rozszerzonym zakresie działania. Nie tylko będziemy przyjmować dokumenty potencjalnych kandydatów, ale też będziemy informować o możliwościach, które daje uczelnia. Osoba pracująca w takim biurze będzie bardzo dobrze zorientowana w kwestiach organizacyjnych związanych z uznawalnością kształcenia i będzie udzielać wszelkich i wyczerpujących informacji osobom, które dopiero aplikują na studia. Kandydaci od razu dowiedzą się, że w przyszłości będą mieli taką możliwość, bo przecież nikt nie wie z góry, jak potoczy się jego ścieżka edukacyjna, co wydarzy się w jego w życiu zawodowym. My na uczelni doskonale mamy świadomość, że to sytuacja absolutnie nowatorska. W Polsce nikt nie ma w tym obszarze doświadczenia, nikt tego nie praktykuje i już z tego powodu wiele osób nie wie, że w ogóle istnieje możliwość formalnego uznania pozaformalnie i nieformalnie zdobywanych kwalifikacji. I dlatego jesteśmy przekonani, że to będzie nasz ogromny atut, który da nam przewagę konkurencyjną na rynku edukacyjnym, zachęci dobrych kandydatów, którzy będą chcieli u nas studiować, wiedząc, że my, jako poważna instytucja, doceniamy ich wcześniejsze doświadczenie i wiedzę. Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu jest jedną z nielicznych uczelni w kraju, która tak intensywnie pracuje nad uznawalnością i jej uregulowaniami. Oczywiście cały problem w tym obszarze jest związany z tym, że każdy kandydat będzie inny, nie będzie dwóch takich samych portfolio i podobnych doświadczeń zawodowych. Stąd wziął się pomysł powołania grup roboczych ds. uznawalności, które będą wspierać merytorycznie działalność wydziałowych komisji, a których zadaniem będzie ocena składanych wniosków i wydanie dziekanom stosowanych rekomendacji. Powiem więcej, oprócz zachęcenia nowych osób do studiowania na naszej uczelni, widzimy w tej procedurze również szansę na zacieśnienie relacji między Uniwersyteciem Ekonomicznym a absolwentami, którzy skończyli studia już jakiś czas temu oraz szeroko rozumianym środowiskiem biznesowym i tzw. praktykami, pracującymi w różnych przedsiębiorstwach, w jednostkach samorządu terytorialnego na różnych szczeblach i mających różny zakres obowiązków. Chcemy, by te osoby przychodziły do nas i wymieniały się doświadczeniami, bo dzisiaj nasza uczelnia jest bardzo otwarta na otoczenie i jestem przekonany, że to wielka wartość zarówno dla środowiska akademickiego, jak i otoczenia gospodarczego.

Ostatnie pytanie, ale sądzę, że ważne: czy procedura uznawalności będzie odpłatna?

To jest kwestia otwarta. W tej chwili trwają na ten temat rozmowy na uczelni, a decyzję ostateczną podejmą oczywiście władze Uniwersytetu.

Kuźnia Kadr 6

– szkolenia otwarte

Dział Obsługi Projektów Rozwojowych, włączając się w realizację idei „uczenia się przez całe życie” opracował pakiet szkoleń adresowanych do osób dorosłych chcących poszerzyć lub uaktualnić swoje wiedzę i kompetencje. Oferta została wypracowana w ramach projektu **Kuźnia Kadr 6** i ma charakter innowacyjny w całym procesie edukacyjnym, poczynając od diagnozy potrzeb szkoleniowych po proces ewaluacji i certyfikacji uczestników szkoleń. Innowacyjny charakter przedsięwzięcia, dzięki dofinansowaniu ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, pozwala na bezpłatny udział w szkoleniach, ale wymaga od uczestników zaangażowania na etapie oceny zaproponowanych rozwiązań. Zgodnie z założeniami projektu adresatami szkoleń są następujące grupy:

- osoby pracujące, z dużym doświadczeniem zawodowym (w wieku 40+),
- absolwenci uczelni do pięciu lat od ukończenia studiów,
- osoby o kluczowym znaczeniu dla uczelni ekonomicznych, tj. nauczyciele przedsiębiorczości i przedmiotów ekonomicznych oraz menedżerowie przedsiębiorstw i instytucji.

Zapraszamy do zapoznania się z proponowanymi tytułami szkoleń dla poszczególnych grup. Informacje na temat terminów rekrutacji można uzyskać na stronie: www.kuznia6.ue.wroc.pl oraz pod numerem telefonu +48 71 36 80 932.

SZKOLENIA DLA OSÓB PRACUJĄCYCH, Z DUŻYM DOŚWIADCZENIEM ZAWODOWYM (40+):

AUTOPREZENTACJA I KREOWANIE WIZERUNKU

CELE SZKOLENIA:

- przekazanie odbiorcom wiedzy dotyczącej zasad, narzędzi i procedur wykorzystywanych w celu profesjonalnego prezentowania siebie innym ludziom (budowania własnego wizerunku);
- doskonalenie umiejętności autoprezentacji w różnych okolicznościach i przed różnymi odbiorcami (z uwzględnieniem spotkań i prezentacji w małej grupie i wystąpień publicznych, rozmów bezpośrednich i telefonicznych oraz pisemnych form prezentacyjnych);
- rozwijanie profesjonalnego i kreatywnego podejścia do autoprezentacji w praktycznym treningu umiejętności oraz wyznaczenie kierunków rozwoju uczestników szkolenia opartej o analizę i ocenę realizacji zadań warsztatowych.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Magdalena Daszkiewicz, Anna Bujko

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Podstawy skutecznej autoprezentacji i kreowania wizerunku

1. Wizerunek i jego znaczenie w życiu zawodowym
2. Prezentacja pozycjonująca czyli jak opisywać siebie
 - sztuka wyboru tego, co ważne

3. Komunikacja werbalna i niewerbalna w skutecznej i stosownej komunikacji
4. Magia słów – o słowach, języku i stylu wypowiedzi
5. Mowa ciała – o gestach, mimice i naszej postawie
6. Wizerunek kształtowany przez wygląd i manierę
7. „Wizerunek przez telefon” – jak dobrze zaprezentować się w kontaktach telefonicznych
8. „Wizerunek na piśmie” – o sekretach dobrego pisania
9. Jak utrzymać wizerunek w trudnych sytuacjach i przełamywać stres związany z autoprezentacją

II. Zasady, narzędzia i sposoby autoprezentacji i ich praktyczne wykorzystanie

1. Autoprezentacja w sytuacjach biznesowych – prawidłowa struktura i przemyślane środki,
2. Sztuka budowania głównego przekazu (z wykorzystaniem analizy wzorcowych i niedoskonałych wystąpień)
3. Storytelling – wykorzystanie opowieści w budowaniu własnego wizerunku
4. „Głos w sprawie wizerunku” – analiza i ocena możliwości wokalnych
5. Emisja głosu – trening głosu z uwzględnieniem sytuacji wystąpień przed grupą oraz rozmów zawodowych
6. Techniki skutecznego oddziaływania głosem na słuchacza
7. Przemawianie obrazami – czyli „kilka chwil” poświęconym prezentacjom wizualnym
8. Moja autoprezentacja, czyli jak to wszystko sprawnie połączyć – analiza i ocena wystąpień

METODY PRACY

- wykład konwersatoryjny (przeplatanie fragmentów mówionych wykładu ze swobodną dyskusją i wymianą doświadczeń oraz z wykonywaniem przez uczestników odpowiednich zadań)
- ćwiczenia praktyczne i zadania praktyczne (indywidualne i grupowe) oraz analiza przykładów
- scenki, odgrywanie ról, gry
- praca z kamerą i analiza nagrań, wystąpienia uczestników

NEGOCJACJE W BIZNESIE

CELE SZKOLENIA:

- przekazanie wiedzy i rozwój umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej w czasie procesu negocjacyjnego;
- przekazanie wiedzy i rozwój umiejętności w zakresie zasad negocjowania i strategii negocjacyjnych;
- przekazanie wiedzy i rozwój umiejętności w zakresie planowania, realizacji i oceny procesu negocjacyjnego.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr hab. Adela Barabasz, prof. UE, dr Arkadiusz Wierzbic

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Komunikacja interpersonalna

1. Komunikacja – nadawca, przekaz, kanał, odbiorca, efekt.

2. Komunikacja w konflikcie
3. Komunikacja werbalna i niewerbalna

II. Negocjacje

1. Negocjacje – podstawowe założenia i strategię
2. Proces negocjacji
3. Indywidualny styl negocjacji

METODY PRACY

- wykład, dyskusja moderowana; filmy szkoleniowe; warsztaty indywidualne; warsztaty grupowe; analiza wyników warsztatów; test sprawdzający

PRACA W ZESPOLE

CELE SZKOLENIA: przekazanie słuchaczom wiedzy, dotyczącej pracy w zespole oraz umożliwienie im nabycia umiejętności skutecznej pracy grupowej.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Krzysztof Ćwik, dr Witold Szumowski,
dr Marek Krasiński

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Istota pracy zespołowej

1. Zespół a grupa
2. Wady i zalety pracy zespołowej
3. Role w zespole
4. Warunki skuteczności pracy zespołowej

II. Komunikacja interpersonalna

1. Zasady komunikacji interpersonalnej
2. Budowanie atmosfery skutecznej komunikacji

III. Rozwiązywanie konfliktów w zespole

1. Istota konfliktu w zespole
2. Wady i zalety konfliktów
3. Style rozwiązywania konfliktów
4. Strategie negocjacyjne

IV. Przywództwo w zespole

1. Istota przywództwa
2. Przywódca a kierownik
3. Cechy skutecznego przywódcy
4. Style przywództwa

V. Motywowanie do pracy w zespole

1. Istota motywowania i samomotywacji
2. Bodźce motywacyjne
3. Koncepcje motywowania
4. Specyfika motywacji w pracy grupowej

VI. Rozwijanie zdolności w pracy zespołowej

1. Rozwijanie kreatywności
2. Pobudzanie „ducha zespołu”

METODY PRACY

- wykład multimedialny; dyskusja zogniskowana; analiza przypadków; ćwiczenia rozwijające praktyczną zdolność stosowania teorii

RÓŻNICE INTERKULTUROWE W BIZNESIE

CELE SZKOLENIA:

- poznanie różnic między kulturami i ich wpływu na kontakty biznesowe oraz międzyludzkie;

- uświadomienie sobie specyfiki komunikowania się i pracy w środowisku międzynarodowym oraz odmiennego postrzegania takich kategorii jak czas, hierarchia, status społeczny, władza i relacje międzyludzkie;
- udoskonalenie umiejętności adekwatnego komunikowania się oraz działania w kontaktach z partnerem zagranicznym;
- podniesienie własnej kompetencji interkulturowej, skuteczności i konkurencyjności na rynku międzynarodowym, poznanie podstawowych zasad protokołu i etykiety w biznesie międzynarodowym.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: mgr Agnieszka Pietrus-Rajman

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Kultura a biznes międzynarodowy

1. Kultura – pojęcie i modele kultury
2. Stereotypy i uprzedzenia – wpływ na kontakty biznesowe
3. Szok kulturowy i etapy adaptacji kulturowej

II. Główne cechy kultur i ich wpływ na biznes

1. Typologia kultur:
 - stosunek do transakcji i partnera biznesu
 - pojmowanie władzy, pojmowanie czasu
 - relacje jednostka – grupa
2. Główne cechy kultur – Europa, Azja, Ameryka, Afryka (wybrane przykłady)

III. Różnice kulturowe – komunikacja werbalna i niewerbalna w biznesie

1. Sposoby i style komunikacji – klasyfikacja kultur (wybrane przykłady krajów)
2. Komunikacja niewerbalna – kultury ekspresyjne i powściągliwe

IV. Protokół i etykieta w biznesie międzynarodowym (wybór)

1. Ubiór
2. Tytułowanie i wizytówki
3. Korespondencja biznesowa
4. Godziny pracy

METODY PRACY

- praca indywidualna i grupowa; analiza przypadków; odgrywanie ról; ćwiczenia; mini wykłady; dyskusja; prezentacja

SPRZEDAŻ I OBSŁUGA KLIENTA

CELE SZKOLENIA:

- przekazanie uczestnikom wiedzy i umiejętności w zakresie profesjonalnego zaplanowania i przeprowadzenia procesu obsługi klienta;
- nabycie przez uczestników umiejętności efektywnej komunikacji sprzedażowej w kontakcie bezpośrednim i pośrednim (telefon, Internet);
- przygotowanie do wypracowania standardów obsługi klientów kluczowych oraz budowania długookresowych relacji.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Anetta Pukas, dr hab. prof. UE Witold Kowal

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Techniki sprzedaży – I

1. Proces decyzyjny nabywcy a proces sprzedażowy
2. Poszukiwanie i kwalifikowanie potencjalnych nabywców
3. Marketingowe wsparcie sprzedawców w procesie sprzedażowym

.....

II. Techniki sprzedaży – II

1. Planowanie rozmowy sprzedażowej
2. Zasady i techniki rozpoczynania rozmowy sprzedażowej
3. Prezentacja rozmowy sprzedażowej – konstrukcja i instrumenty wspierające
4. Zamykanie rozmowy sprzedażowej – zasady i techniki
5. Działania posprzedażowe

III. Obsługa klienta

1. Znaczenie i elementy procesu obsługi klienta
2. Zasady prawidłowych relacji z klientami – transakcja a satysfakcja
3. Obsługa klienta w kontakcie bezpośrednim i pośrednim (telefon, Internet)
4. Reklamacje i standardy ich obsługi
5. Trudne sytuacje w kontaktach z klientami

METODY PRACY

- wykład prezentacyjny; prezentacja uczestnicząca i konwersatorium; przykłady dobrych praktyk; warsztaty – praca w grupach; quizy; studia przypadków i przykłady dobrych praktyk

TECHNIKI MANIPULACJI, CZYLI JAK OSIĄGAĆ WŁASNE CELE

CELE SZKOLENIA: przedstawienie podstawowych metod i narzędzi wywierania wpływu społecznego oraz możliwości wykorzystania ich w różnych obszarach działalności biznesowej.

Liczba godzin szkolenia: 40
Prowadzący: dr Łukasz Jurek

PROGRAM SZKOLENIA:

- I. **Wprowadzenie do wywierania wpływu społecznego**
 1. Wpływ społeczny: definicja podstawowych pojęć
 2. Determinanty procesu podejmowania decyzji
 3. Zdolności manipulacyjne jako element kompetencji społecznych
- II. **Podstawowe techniki manipulacji**
 1. Kontrast
 2. Reguła wzajemności
 3. Społeczny dowód słuszności
 4. Niedostępność
 5. Zaangażowanie i konsekwencja
 6. Autorytet
 7. Lubienie i sympatia
 8. Inne techniki manipulacji
- III. **Wykorzystanie technik manipulacji w różnych obszarach działalności biznesowej**
 1. Manipulacja w zarządzaniu kadrami
 2. Manipulacja w reklamie
 3. Manipulacja w negocjacjach

METODY PRACY

- wykład; test zachowań; studia przypadków
- dyskusje i burze mózgów
- ćwiczenia indywidualne i zespołowe

TRENING KREATYWNOŚCI

CELE SZKOLENIA:

- przybliżenie kluczowych zagadnień z obszaru kreatywności, w tym uświadomienie jej znaczenia dla zwiększenia efektyw-

ność działań podejmowanych zarówno w życiu prywatnym, jak i zawodowym;

- zapoznanie z głównymi metodami oraz technikami twórczego rozwiązywania problemów;
- stymulowanie mózgu do kreatywnego myślenia i generowania twórczych idei.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Sylwia Wrona

PROGRAM SZKOLENIA:**I. Pobudzamy kreatywność**

1. Sztuka twórczego myślenia
2. Kreatywność jako cecha osobowa i kreatywność jako proces grupowy
3. Myślenie konwergentne/ wertykalne i myślenie dywergentne/ lateralne
4. Warunki twórczego myślenia
5. Proces kreatywny i jego fazy
6. Metodyka sesji kreatywnej i zasady pracy twórczej
7. Procesy myślowe wzmacniające kreatywność
8. Eksploracje
9. Kombinacje
10. Transformacje

II. Techniki kreatywności (wybrane narzędzia twórczego rozwiązywania problemów)

1. Brainstorming
2. Metoda 635
3. Brainwriting – pool
4. 6 kapeluszy Edwarda de Bono
5. 3 krzesła Walta Disneya
6. Lista Alexa Osborna
7. Random-input (słowa losowe)
8. Prowokacja mentalna
9. Skrzynka morfologiczna
10. Mapy myśli i ich zastosowanie podczas pracy twórczej

METODY PRACY

Kurs prowadzony jest w formie warsztatów. Bazuje na sprawdzonych technikach pobudzania twórczego myślenia. Wiedzę i umiejętności nabywane podczas poszczególnych modułów Uczestnicy utrwalać w trakcie licznych ćwiczeń praktycznych. Towarzyszy temu swobodna dyskusja i wymiana doświadczeń. Przekazywana wiedza jest komentarzem do doświadczeń i ich uporządkowaniem.

PODSTAWY ANALIZY DANYCH Z WYKORZYSTANIEM MS EXCEL

CELE SZKOLENIA: przekazanie wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie wykorzystania możliwości arkusza kalkulacyjnego w przeprowadzaniu analizy danych.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr inż. Zdzisław Kes, dr Krzysztof Nowosielski,
mgr Wojciech Gardziński

PROGRAM SZKOLENIA:**I. Podstawy zastosowania arkusza w analizie danych**

1. Funkcjonalność arkusza kalkulacyjnego
2. Podstawy stosowania arkusza kalkulacyjnego w przetwarzaniu danych

.....

II. Podstawy zastosowania funkcji arkuszy w analizie danych

1. Istota prowadzenia obliczeń w arkuszu kalkulacyjnym
2. Przegląd funkcji arkuszy stosowanych w analizie danych

III. Narzędzia analizy i prezentacji danych biznesowych

1. Zasady tworzenia tabel danych w arkuszu
2. Wprowadzanie danych do arkusza
3. Importowanie i agregacja danych na potrzeby analiz
4. Wyszukiwanie danych z zastosowaniem autofiltera
5. Wielowymiarowa analiza danych z zastosowaniem tabeli przedstawnej
6. Wielowariantowe analizy danych z zastosowaniem menedżera scenariuszy
7. Przetwarzanie danych w procesie optymalizacji przy pomocy narzędzi Szukaj Wyniku i Solver
8. Tworzenie wykresów w prezentacji danych

IV. Rejestrowanie i obsługa minioprogramów VBA w analizie danych

1. Działanie rejestratora minioprogramów VBA
2. Automatyzacja przetwarzania danych

V. Podstawy odpytywania baz danych biznesowych na potrzeby analiz

1. Podstawy baz danych
2. Pozyskiwanie danych przy pomocy MS Query
3. Łączenie danych z wielu źródeł

METODY PRACY

- wykład z wykorzystaniem projektora multimedialnego
- ćwiczenia z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego i edytora MS Query
- rozwiązywanie studiów przypadków i dyskusja nt. wyników oraz zastosowanych instrukcji i obiektów języka VBA
- ćwiczenia z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego i edytora Visual Basic

**SZKOLENIA DLA ABSOLWENTÓW UCZELNI
DO 5 LAT OD UKOŃCZENIA STUDIÓW:****ANALIZA DANYCH Z WYKORZYSTANIEM MS EXCEL**

CELE SZKOLENIA: przekazanie wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie wykorzystania możliwości arkusza kalkulacyjnego w przeprowadzaniu analizy danych.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr inż. Zdzisław Kes, dr Krzysztof Nowosielski,
mgr Wojciech Gardziński

PROGRAM SZKOLENIA:**I. Zastosowania arkusza w analizie danych**

1. Funkcjonalność arkusza kalkulacyjnego
2. Podstawy stosowania arkusza kalkulacyjnego w przetwarzaniu danych

II. Praktyczne zastosowania funkcji arkuszy w analizie danych

1. Istota prowadzenia obliczeń w arkuszu kalkulacyjnym
2. Przegląd funkcji arkuszy stosowanych w analizie danych

III. Narzędzia analizy i prezentacji danych biznesowych

1. Importowanie i konsolidacja danych na potrzeby analiz
2. Wyszukiwanie danych z zastosowaniem autofiltera

3. Wielowymiarowa analiza danych z zastosowaniem tabeli przedstawnej
4. Wielowariantowe analizy danych z zastosowaniem menedżera scenariuszy
5. Przetwarzanie danych w procesie optymalizacji przy pomocy narzędzi Szukaj Wyniku i Solver
6. Tworzenie wykresów w prezentacji danych

IV. Rejestrowanie i obsługa minioprogramów VBA w analizie danych

1. Działanie rejestratora minioprogramów VBA
2. Automatyzacja przetwarzania danych

V. Podstawy odpytywania baz danych biznesowych na potrzeby analiz

1. Podstawy baz danych
2. Pozyskiwanie danych przy pomocy języka SQL
3. Łączenie danych z wielu źródeł

METODY PRACY

- wykład z wykorzystaniem projektora multimedialnego
- ćwiczenia z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego i edytora Visual Basic
- rozwiązywanie studiów przypadków i dyskusja nt. wyników oraz zastosowanych technik obliczeniowych oraz zastosowanych instrukcji i obiektów języka VBA

ANALIZA DANYCH Z WYKORZYSTANIEM PAKIETU STATISTICA

CELE SZKOLENIA: aktualizacja i ugruntowanie wiedzy i umiejętności z zakresu statystyki oraz zaznajomienie uczestników szkolenia z pakietem statystycznym STATISTICA.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr hab. Joanna Dębicka, dr Edyta Mazurek

PROGRAM SZKOLENIA:**I. Dane i arkusz danych a programie STATISTICA**

1. Typy danych statystycznych
2. Konstrukcja, modyfikacja arkusza danych
3. Grupowanie – tabele liczebności

II. Prezentacja graficzna danych

1. Wykresy słupkowe
2. Wykresy rozrzutu
3. Wykresy pudełkowe

III. Statystyki opisowe

1. Parametry pozycyjne i klasyczne
2. Analiza dynamiki zjawisk
3. Elementy wnioskowania statystycznego
4. Analiza zależności

METODY PRACY

- wykład informacyjny; analiza przypadków; aktywizujące; integracyjne, definiowania pojęć, dyskusyjne; praktyczne: realizacja zadań

ASSESSMENT CENTRE /DEVELOPMENT CENTRE**CELE SZKOLENIA:**

- zapoznanie uczestników z założeniami metody Assessment Centre /Development Centre jako skutecznej metody oceny kandydatów do pracy i kompetencji zatrudnionych pracowników oraz rodzajami stosowanych narzędzi (ćwiczenia in – basket, dyskusje, case study, prezentacje);

.....

- sprawdzenie praktycznych umiejętności kandydata w sytuacjach z jakimi może się spotkać w przyszłej pracy.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Iwona Janiak-Rejno,
dr Agnieszka Żarczyńska-Dobiesz

PROGRAM SZKOLENIA:

- I. **Assessment Centre /Development Centre**
– czyli rola ośrodków oceny i rozwoju w organizacji
 1. Założenia Assessment Centre /Development Centre
 2. Cele Assessment Centre /Development Centre
 3. Techniki i narzędzia wykorzystywane w Assessment Centre
- II. **Kompleksowe podejście do selekcji kandydatów**
 1. Budowanie profilu kompetencyjnego uczestników szkolenia
 2. Ocena kompetencji podczas zadań typu: In-basket, In-tray, Skrzynka pocztowa, Szuflada menedżera
 3. Możliwe problemy podczas selekcji kandydatów i ich rozwiązywanie
- III. **Istota komunikacji interpersonalnej w procesie Assessment Centre /Development Centre**
 1. Skuteczna komunikacja jako podstawa kształtowania pożądanych postaw i zachowań w procesie AS/DC
 2. Proces skutecznego komunikowania się
 3. Komunikacja werbalna i niewerbalna
- IV. **Psychologiczne prawidłowości oceniania innych. Praktyka obserwacji i oceny zachowań uczestników Assessmentu**
 1. Ogólne zasady doboru metod oceny
 2. Symulacje rozmów z przełożonym/podwładnym/współpracownikiem
 3. Wystąpienie na forum (prezentacja, prowadzenie spotkania z pracownikami)
 4. Udzielanie uczestnikom sesji informacji zwrotnej na podstawie oceny sesji
- V. **Obszary wykorzystania DC w przedsiębiorstwie**
 1. Wykorzystanie wyników DC do planowania polityki szkoleniowej w firmie i projektowania ścieżek karier
 2. Metody i techniki rozwoju pracowników
 3. Zarządzanie talentami i planowanie indywidualnych ścieżek kariery i rozwoju

METODY PRACY

- wykład – prezentacja multimedialna; open space technology; zadania praktyczne; case study; praca zespołowa, dyskusje grupowe; warsztaty z kamerą; prezentacje; symulacje – scenki; testy; ćwiczenia pisemne – in basket

AUTOPREZENTACJA I KREOWANIE WIZERUNKU

CELE SZKOLENIA:

- przekazanie odbiorcom wiedzy dotyczącej zasad, narzędzi i procedur wykorzystywanych w celu profesjonalnego prezentowania siebie innym ludziom (budowania własnego wizerunku);
- doskonalenie umiejętności autoprezentacji w różnych okolicznościach i przed różnymi odbiorcami (z uwzględnieniem spotkań i prezentacji w małej grupie i wystąpień publicznych, rozmów bezpośrednich i telefonicznych oraz pisemnych form prezentacyjnych);
- rozwijanie profesjonalnego i kreatywnego podejścia do autoprezentacji w praktycznym treningu umiejętności oraz wyznaczenie

kierunków rozwoju uczestników szkolenia opartej o analizę i ocenę realizacji zadań warsztatowych.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Magdalena Daszkiewicz, Anna Bujko

PROGRAM SZKOLENIA:

- I. **Podstawy skutecznej autoprezentacji i kreowania wizerunku**
 1. Wizerunek i jego znaczenie w życiu zawodowym
 2. Prezentacja pozycjonująca czyli jak opisywać siebie – sztuka wyboru tego, co ważne
 3. Komunikacja werbalna i niewerbalna w skutecznej i stosownej komunikacji
 4. Magia słów – o słowach, języku i stylu wypowiedzi
 5. Mowa ciała – o gestach, mimice i naszej postawie
 6. Wizerunek kształtowany przez wygląd i manierę
 7. „Wizerunek przez telefon” – jak dobrze zaprezentować się w kontaktach telefonicznych
 8. „Wizerunek na piśmie” – o sekretach dobrego pisania
 9. Jak utrzymać wizerunek w trudnych sytuacjach i przełamywać stres związany z autoprezentacją
- II. **Zasady, narzędzia i sposoby autoprezentacji i ich praktyczne wykorzystanie**
 1. Autoprezentacja w sytuacjach biznesowych – prawidłowa struktura i przemyślane środki,
 2. Sztuka budowania głównego przekazu
 3. (z wykorzystaniem analizy wzorcowych i niedoskonałych wystąpień)
 4. Storytelling – wykorzystanie opowieści w budowaniu własnego wizerunku
 5. „Głos w sprawie wizerunku” – analiza i ocena możliwości wokalnych
 6. Emisja głosu – trening głosu z uwzględnieniem sytuacji wystąpień przed grupą oraz rozmów zawodowych
 7. Techniki skutecznego oddziaływania głosem na słuchacza
 8. Przemawianie obrazami – czyli „kilka chwil” poświęconym prezentacjom wizualnym
 9. Moja autoprezentacja, czyli jak to wszystko sprawnie połączyć – analiza i ocena wystąpień

METODY PRACY

- wykład konwersatoryjny (przeplatanie fragmentów mówionych wykładu ze swobodną dyskusją i wymianą doświadczeń oraz z wykonywaniem przez uczestników odpowiednich zadań)
- ćwiczenia praktyczne i zadania praktyczne (indywidualne i grupowe) oraz analiza przykładów
- scenki, odgrywanie ról, gry
- praca z kamerą i analiza nagrań; wystąpienia uczestników

SPRZEDAŻ I OBSŁUGA KLIENTA

CELE SZKOLENIA:

- przekazanie uczestnikom wiedzy i umiejętności w zakresie profesjonalnego zaplanowania i przeprowadzenia procesu obsługi klienta;
- nabycie przez uczestników umiejętności efektywnej komunikacji sprzedażowej w kontakcie bezpośrednim i pośrednim (telefon, Internet);
- przygotowanie do wypracowania standardów obsługi klientów kluczowych oraz budowania długookresowych relacji.

.....

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Anetta Pukas; dr hab. prof. UE Witold Kowal

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Techniki sprzedaży – I

1. Proces decyzyjny nabywcy a proces sprzedażowy
2. Poszukiwanie i kwalifikowanie potencjalnych nabywców
3. Marketingowe wsparcie sprzedawców w procesie sprzedażowym

II. Techniki sprzedaży – II

1. Planowanie rozmowy sprzedażowej
2. Zasady i techniki rozpoczynania rozmowy sprzedażowej
3. Prezentacja rozmowy sprzedażowej – konstrukcja i instrumenty wspierające
4. Zamykanie rozmowy sprzedażowej – zasady i techniki
5. Działania posprzedażowe

III. Obsługa klienta

1. Znaczenie i elementy procesu obsługi klienta
2. Zasady prawidłowych relacji z klientami – transakcja a satysfakcja
3. Obsługa klienta w kontakcie bezpośrednim i pośrednim (telefon, Internet)
4. Reklamacje i standardy ich obsługi
5. Trudne sytuacje w kontaktach z klientami

METODY PRACY

- wykład prezentacyjny; prezentacja uczestnicząca i konwersatorium; przykłady dobrych praktyk; warsztaty – praca w grupach; quizy; studia przypadków i przykłady dobrych praktyk

TECHNIKI MANIPULACJI, CZYLI JAK OSIĄGAĆ WŁASNE CELE

CELE SZKOLENIA: przedstawienie podstawowych metod i narzędzi wywierania wpływu społecznego oraz możliwości wykorzystania ich w różnych obszarach działalności biznesowej.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Łukasz Jurek

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Wprowadzenie do wywierania wpływu społecznego

1. Wpływ społeczny: definicja podstawowych pojęć
2. Determinanty procesu podejmowania decyzji
3. Zdolności manipulacyjne jako element kompetencji społecznych

II. Podstawowe techniki manipulacji

1. Kontrast
2. Reguła wzajemności
3. Społeczny dowód słuszności
4. Niedostępność
5. Zaangażowanie i konsekwencja
6. Autorytet
7. Lubienie i sympatia
8. Inne techniki manipulacji

III. Wykorzystanie technik manipulacji w różnych obszarach działalności biznesowej

1. Manipulacja w zarządzaniu kadrami
2. Manipulacja w reklamie
3. Manipulacja w negocjacjach

METODY PRACY

- wykład; test zachowań; studia przypadków; dyskusje i burze mózgów; ćwiczenia indywidualne i zespołowe

TRENING KREATYWNOSCI

CELE SZKOLENIA:

- przybliżenie kluczowych zagadnień z obszaru kreatywności, w tym uświadomienie jej znaczenia dla zwiększenia efektywności działań podejmowanych zarówno w życiu prywatnym, jak i zawodowym;
- zapoznanie z głównymi metodami oraz technikami twórczego rozwiązywania problemów;
- stymulowanie mózgu do kreatywnego myślenia i generowania twórczych idei.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Sylwia Wrona

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Pobudzamy kreatywność

1. Sztuka twórczego myślenia
2. Kreatywność jako cecha osobowa i kreatywność jako proces grupowy
3. Myślenie konwergentne / wertykalne i myślenie dywergentne / lateralne
4. Warunki twórczego myślenia
5. Proces kreatywny i jego fazy
6. Metodyka sesji kreatywnej i zasady pracy twórczej
7. Procesy myślowe wzmacniające kreatywność
8. Eksploracje
9. Kombinacje
10. Transformacje

II. Techniki kreatywności (wybrane narzędzia twórczego rozwiązywania problemów)

1. Brainstorming
2. Metoda 635
3. Brainwriting – pool
4. 6 kapeluszy Edwarda de Bono
5. 3 krzesła Walta Disneya
6. Lista Alexa Osborna
7. Random-input (słowa losowe)
8. Prowokacja mentalna

METODY PRACY

Kurs prowadzony jest w formie warsztatów. Bazuje na sprawdzonych technikach pobudzania twórczego myślenia. Wiedzę i umiejętności nabywane podczas poszczególnych modułów Uczestnicy utrwalają w trakcie licznych ćwiczeń praktycznych. Towarzyszy temu swobodna dyskusja i wymiana doświadczeń. Przekazywana wiedza jest komentarzem do doświadczeń i ich uporządkowaniem.

ZAKŁADANIE I PROWADZENIE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ (W TYM TWORZENIE BIZNES PLANU)

CELE SZKOLENIA: zapoznanie uczestników z zagadnieniami tworzenia i prowadzenia działalności gospodarczej.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Michał Muszyński, dr Paweł Prędkiewicz

.....

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Rozpoczynanie działalności

1. Zakładanie firmy
2. Formy organizacyjno-prawne
3. Wybór formy opodatkowania
4. Źródła informacji

II. Model biznesowy

1. Kluczowe obszary działalności przedsiębiorstwa
2. Budowa modelu biznesowego
3. Tworzenie modelu biznesowego

III. Analiza strategiczna

1. Analiza sektora – 5 sił Portera
2. Analiza SWOT

IV. Wartość firmy

1. Pojęcie wartości firmy
2. Rodzaje wartości firmy
3. Wpływ zdarzeń gospodarczych na wartość firmy

V. Podstawy rachunkowości

1. Zasady rachunkowości
2. Podstawowe pojęcia: przychody – wpływy, koszty – wydatki.
3. Budowa sprawozdania finansowego – pomiar efektów prowadzonej działalności
4. Analiza sprawozdania finansowego – podstawowe wskaźniki

VI. Wartość pieniądza w czasie, źródła finansowania

1. Wartość bieżąca, wartość przyszła
2. Odsetki proste, złożone, kapitalizacja
3. Płatności anuitetowe
4. Renta wieczysta
5. Kryteria podziału źródeł finansowania
6. Źródła kapitału własnego
7. Źródła kapitału obcego
8. Instrumenty hybrydowe
9. Sporządzanie harmonogramu spłaty kredytu – rata równa, rata malejąca

VII. Dźwignie, próg rentowności

1. Koszty stałe, zmienne.
2. Proóg rentowności ilościowy, wartościowy.
3. Graficzne wyznaczanie progu rentowności.
4. Proóg rentowności dla produkcji wieloasortymentowej.
5. Dźwignia operacyjna.
6. Dźwignia finansowa.
7. Dźwignia łączona.
8. Efekt dźwigni finansowej

VIII. Biznesplan – elementy opisowe

1. Cel tworzenia biznesplanu
2. Koncepcja przedsięwzięcia
3. Etapy tworzenia biznesplanu
4. Struktura biznesplanu:
 - a. Synteza przedsięwzięcia
 - b. Informacje dotyczące firmy i produktu/usługi
 - c. Charakterystyka rynku i strategia marketingowa
 - d. Opis oferowanych produktów/usług
 - e. Charakterystyka inwestycji

IX. Biznesplan – finanse

1. Kolejność sporządzania prognoz
2. Opracowanie założeń finansowych
3. Określenie źródeł finansowania działalności
4. Kalkulacja przychodów
5. Kalkulacja kosztów
6. Rachunek zysków i strat

7. Określenie zapotrzebowania na kapitał pracujący
 8. Prognoza rachunku przepływów pieniężnych
 9. Prognoza bilansu
 10. Ocena rentowności i płynności finansowej
 11. Wyznaczanie wolnych przepływów dla firmy (FCF) i dla właścicieli (FCE).
 12. Ocena efektywności inwestycji – metody proste (próg rentowności, okres zwrotu) oraz metody dyskontowe (NPV, IRR, MIRR).
- X. Wycena**
1. Teoretyczne podstawy wyceny przedsiębiorstw
 2. Założenia i procedura wyceny
 3. Systematyka wyceny
 4. Metody majątkowe – założenia, techniki, procedura, informacje wyjściowe
 5. Metody porównawcze – przebieg, procedura, techniki.
 6. Metody dochodowe, w tym DCF.
 7. Uwarunkowania, procedury i techniki metod mieszanych.

METODY PRACY

- wykład; praca w grupach; dyskusja; warsztaty; prezentacja wyników; praca indywidualna; zapoznanie się z przykładowymi wycenami domów maklerskich; zadania; sporządzenie projekcji finansowych; zapoznanie się z przykładowym biznesplanem, część finansowa; sporządzenie części opisowej biznesplanu dla wybranej działalności; analiza przypadków; zapoznanie się z przykładowym biznesplanem

SZKOLENIA DLA MENEDŻERÓW FIRM:

ANALIZA DANYCH BIZNESOWYCH Z WYKORZYSTANIEM MS EXCEL

CELE SZKOLENIA: przekazanie wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie wykorzystania możliwości arkusza kalkulacyjnego w przeprowadzaniu analizy danych biznesowych.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr inż. Zdzisław Kes, dr Krzysztof Nowosielski,
mgr Wojciech Gardziński

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Zastosowania arkusza w analizie danych biznesowych

1. Funkcjonalność arkusza kalkulacyjnego
2. Podstawy stosowania arkusza kalkulacyjnego w przetwarzaniu danych biznesowych

II. Praktyczne zastosowania funkcji arkuszowych w analizie danych biznesowych

1. Istota prowadzenia obliczeń w arkuszu kalkulacyjnym
2. Przegląd funkcji arkuszowych stosowanych w analizie danych

III. Narzędzia analizy i prezentacji danych biznesowych

1. Importowanie i konsolidacja danych na potrzeby analiz
2. Wyszukiwanie danych z zastosowaniem autofiltera
3. Analiza wielowymiarowa z zastosowaniem tabeli przestawnej
4. Wielowariantowe analizy danych z zastosowaniem menedżera scenariuszy
5. Przetwarzanie danych w procesie optymalizacji decyzji biznesowych – Szukaj Wyniku i Solver
6. Tworzenie wykresów w prezentacji danych biznesowych

.....

IV. Rejestrowanie i obsługa miniprogramów VBA w analizie danych

1. Działanie rejestratora miniprogramów VBA
2. Automatyzacja przetwarzania danych biznesowych

V. Podstawy odpytywania baz danych biznesowych na potrzeby analiz

1. Podstawy baz danych
2. Pozyskiwanie danych przy pomocy języka SQL
3. Łączenie danych biznesowych z wielu źródeł

METODY PRACY

- wykład z wykorzystaniem projektora multimedialnego
- ćwiczenia z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego i MS Query
- ćwiczenia z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego i edytora Visual Basic
- rozwiązywanie studiów przypadków i dyskusja nt. wyników oraz zastosowanych instrukcji i obiektów języka VBA
- rozwiązywanie studiów przypadków i dyskusja nt. wyników oraz zastosowanych technik obliczeniowych oraz zastosowanych instrukcji i obiektów języka SQL

INWESTYCJE NA RYNKACH FINANSOWYCH

CELE SZKOLENIA: poznanie cech podstawowych instrumentów finansowych oraz narzędzi analizy ryzyka i metod tworzenia portfela inwestycji.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Marek Pauka

PROGRAM SZKOLENIA:**I. Rynek akcji**

1. Rynek akcji w Polsce (cechy akcji, indeksy giełdowe, różnice między rynkami)
2. Informacje na rynku akcji – jak je interpretować
3. IPO – pierwsza oferta publiczna
4. Prawa poboru, dywidendy, buy back
5. Narzędzia analizy fundamentalnej emitentów akcji
6. Rekomendacje maklerskie
7. Podstawy tworzenia portfeli akcji

II. Rynek obligacji

1. Cechy obligacji i rynku obligacji
2. Jak kupić obligację na rynku wtórnym
3. Wyznaczanie atrakcyjności obligacji
4. Ryzyko inwestowania w obligacje

III. Instrumenty wspólnego inwestowania

1. Fundusze inwestycyjne

METODY PRACY

- dyskusja problemowa wspierana prezentacją multimedialną
- analiza zadań modelowych, wspomagających rozumienie wyizolowanych problemów
- studia przypadków – praca wspólna, praca w grupach i praca indywidualna pod nadzorem trenera

MOTYWOWANIE PRACOWNIKÓW

CELE SZKOLENIA: nabycie przez uczestników szkolenia kompetencji motywowania pracowników.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Iwona Janiak-Rejno,
dr Agnieszka Żarczyńska-Dobiesz

PROGRAM SZKOLENIA:**I. Motywacja a motywowanie. System motywowania**

1. Motywacja pracownika, jej rodzaje i cechy
2. Proces motywowania pracowników
3. Funkcje motywowania

II. Instrumenty motywowania wykorzystywane w praktyce gospodarczej

1. Obszary motywowania pracowników
2. Motywatory finansowe i pozafinansowe
3. Zasady skutecznego motywowania

III. Motywacyjny aspekt skutecznej komunikacji z pracownikiem

1. Skuteczna komunikacja jako podstawa kształtowania pożądanych postaw i zachowań pracowniczych
2. Proces skutecznego komunikowania się
3. Komunikacja werbalna i niewerbalna

IV. Wartości i koncepcje motywowania pracowników

1. Wielopłaszczyznowy kontekst rodzajów wartości (indywidualne, zespołowe) i ich znaczenie w systemach motywowania
2. Przegląd współczesnych koncepcji motywacji i ich praktyczne zastosowanie

V. Rola ocen pracowniczych w kształtowaniu pożądanych zachowań pracowników

1. Pojęcie oceny, oceniania pracowników oraz systemu ocen pracowniczych (SOP)
2. Motywacyjny aspekt systemu ocen pracowniczych
3. Proces oceniania pracowników
4. Rozmowa ocenająca

VI. Motywacyjny aspekt stylu kierowania

1. Rodzaje stylów kierowania i ich skuteczność
2. Czynniki wpływające na wykorzystywanie poszczególnych stylów

VII. Motywacyjny aspekt szkoleń i rozwoju pracowniczego

1. Motywacyjny kontekst poszczególnych etapów procesu szkoleniowego
2. Psychospołeczny aspekt inwestowania w rozwój personelu.
3. Kształtowanie ścieżek karier pracowników (coaching i mentoring)

VIII. Motywacyjny aspekt pracy grupowej i jej wpływ na zachowania pracownicze

1. Motywacyjny aspekt form organizacji pracy
2. Rola pracowników w grupie – test ról grupowych Belbina
3. „Trudni” uczestnicy grupy i sposoby ich motywowania

IX. Motywowanie finansowe pracowników

1. Motywacyjne znaczenie struktury wynagrodzeń
2. Wynagrodzenie zasadnicze i zmienne
3. Inne formy motywowania finansowego stosowane we współczesnej praktyce gospodarczej

METODY PRACY

- prezentacja multimedialna; praca i dyskusja grupowa; case study; metoda ankietowa; burza mózgów; odgrywanie ról; technika video; sesja open space technology; wykorzystanie metafory

NEGOCJACJE W BIZNESIE

CELE SZKOLENIA:

- przekazanie wiedzy i rozwój umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej w czasie procesu negocjacyjnego;
- przekazanie wiedzy i rozwój umiejętności w zakresie zasad

.....

- negocjowania i strategii negocjacyjnych;
- przekazanie wiedzy i rozwój umiejętności w zakresie planowania, realizacji i oceny procesu negocjacyjnego.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr hab. Adela Barabasz, prof. UE,
dr Arkadiusz Wierzbic

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Komunikacja interpersonalna

1. Komunikacja w konflikcie
2. Komunikacja interpersonalna w negocjacjach
3. Komunikacja werbalna i niewerbalna

II. Negocjacje

1. Proces negocjacji
2. Proces negocjacji (wykład + analiza warsztatu)
3. Osobowość negocjatora / style negocjacyjne
4. Osobowość negocjatora / style negocjacyjne (wykład + analiza warsztatu)
5. Techniki negocjacji
6. Negocjacje międzykulturowe

METODY PRACY

- wykład; dyskusja moderowana; filmy szkoleniowe; warsztaty indywidualne; warsztaty grupowe; analiza wyników warsztatów; prezentacje zaliczeniowe; test sprawdzający

RÓŻNICE INTERKULTUROWE W BIZNESIE

CELE SZKOLENIA:

- poznanie różnic między kulturami i ich wpływu na kontakty biznesowe;
- uświadomienie sobie specyfiki komunikowania się w środowisku międzynarodowym oraz odmiennego postrzegania takich kategorii jak czas, hierarchia, status społeczny, władza i relacje międzyludzkie;
- udoskonalenie umiejętności adekwatnego komunikowania się, zarządzania zespołem międzynarodowym, negocjowania i działania w kontaktach z partnerem zagranicznym;
- podniesienie własnej kompetencji interkulturowej, skuteczności i konkurencyjności na rynku międzynarodowym.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: mgr Agnieszka Pietrus-Rajman

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Kultura a biznes międzynarodowy

1. Kultura – pojęcie i modele kultury
2. Biznes międzynarodowy – obszary i formy orientacji międzynarodowej
3. Stereotypy i uprzedzenia – wpływ na kontakty biznesowe
4. Szok kulturowy i etapy adaptacji kulturowej

II. Główne cechy kultur i ich wpływ na biznes

1. Typologia kultur:
 - stosunek do transakcji i partnera biznesu
 - pojmowanie władzy
 - pojmowanie czasu
 - relacje jednostka – grupa
2. Główne cechy kultur – Europa, Azja, Ameryka, Afryka (wybrane przykłady)

III. Różnice kulturowe – komunikacja werbalna i niewerbalna w biznesie

1. Sposoby i style komunikacji – klasyfikacja kultur (wybrane przykłady)
2. Komunikacja niewerbalna – kultury ekspresyjne i powściągliwe

IV. Style negocjacji w różnych kulturach świata (wybr. przykłady)

1. Negocjacje z partnerem europejskim – kraje słowiańskie, germańskie i romańskie
2. Specyfika negocjacji z partnerem azjatyckim, amerykańskim i arabskim

METODY PRACY

- praca indywidualna i grupowa; analiza przypadków; odgrywanie ról; ćwiczenia; mini wykłady; dyskusja; prezentacja

SPRAWOZDAWCZOŚĆ I CONTROLLING

CELE SZKOLENIA: przekazanie wiedzy i umiejętności w zakresie przetwarzania informacji finansowych i niefinansowych i odpowiedniego raportowania tych informacji na potrzeby controllingu we wspomaganianiu podejmowania decyzji menedżerskich.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr hab. Bartłomiej Nita, prof. UE

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Wprowadzenie do sprawozdawczości w controllingu

1. Rodzaje sprawozdań sporządzanych w controllingu
2. Klasyfikacje i procedury rozliczania kosztów w controllingu na potrzeby raportowania wewnętrznego
3. Raportowanie finansowe (mierniki finansowe, w tym mierniki kreowania wartości)
4. Raportowanie w przekroju segmentów działalności
5. Sprawozdawczość w ujęciu budżetowania

II. Metody i narzędzia controllingu

1. Rachunek kosztów zmiennych i rachunek kosztów pełnych a rachunek zysków i strat
2. Analiza rentowności i ryzyka operacyjnego
3. Kalkulacje cen zewnętrznych i cen wewnętrznych (transferowych)
4. Krótkoterminowe rachunki decyzyjne
5. Rachunek kosztów działań i zarządzanie kosztami działań (w tym rachunek kosztów sterowany czasem)
6. Długoterminowe rachunki decyzyjne i inwestycyjne
7. Sterowanie płynnością finansową

METODY PRACY

- wykład z wykorzystaniem prezentacji; warsztaty; rozwiązywanie problemów i ćwiczeń; dyskusja

TECHNIKI MANIPULACJI, CZYLI JAK OSIĄGAĆ WŁASNE CELE

CELE SZKOLENIA: przedstawienie podstawowych metod i narzędzi wywierania wpływu społecznego oraz możliwości wykorzystania ich w różnych obszarach działalności biznesowej.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Łukasz Jurek

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Wprowadzenie do wywierania wpływu społecznego

.....

1. Wpływ społeczny: definicja podstawowych pojęć
2. Determinanty procesu podejmowania decyzji
3. Zdolności manipulacyjne jako element kompetencji społecznych

II. Podstawowe techniki manipulacji

1. Kontrast
2. Reguła wzajemności
3. Społeczny dowód słuszności
4. Niedostępność
5. Zaangażowanie i konsekwencja
6. Autorytet
7. Lubienie i sympatia
8. Inne techniki manipulacji

III. Wykorzystanie technik manipulacji w różnych obszarach działalności biznesowej

1. Manipulacja w zarządzaniu kadrami
2. Manipulacja w reklamie
3. Manipulacja w negocjacjach

METODY PRACY

- wykład; test zachowań; studia przypadków
- dyskusje i burze mózgów
- ćwiczenia indywidualne i zespołowe

TRENING KREATYWNOSCI

CELE SZKOLENIA:

- przybliżenie kluczowych zagadnień z obszaru kreatywności, w tym uświadomienie jej znaczenia dla zwiększenia efektywności działań podejmowanych zarówno w życiu prywatnym, jak i zawodowym;
- zapoznanie z głównymi metodami oraz technikami twórczego rozwiązywania problemów;
- stymulowanie mózgu do kreatywnego myślenia i generowania twórczych idei.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Sylwia Wrona

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Pobudzamy kreatywność

1. Sztuka twórczego myślenia
2. Kreatywność jako cecha osobowa i kreatywność jako proces grupowy
3. Myślenie konwergentne/ wertykalne i myślenie dywergentne/ lateralne
4. Warunki twórczego myślenia
5. Proces kreatywny i jego fazy
6. Metodyka sesji kreatywnej i zasady pracy twórczej
7. Procesy myślowe wzmacniające kreatywność
8. Eksploracje
9. Kombinacje
10. Transformacje

II. Techniki kreatywności (wybrane narzędzia twórczego rozwiązywania problemów)

1. Brainstorming
2. Metoda 635
3. Brainwriting – pool
4. 6 kapeluszy Edwarda de Bono
5. 3 krzesła Walta Disneya
6. Lista Alexa Osborna

7. Random-input (słowa losowe)
8. Prowokacja mentalna
9. Skrzynka morfologiczna
10. Mapy myśli i ich zastosowanie podczas pracy twórczej

METODY PRACY

Kurs prowadzony jest w formie warsztatów. Bazuje na sprawdzonych technikach pobudzania twórczego myślenia. Wiedzę i umiejętności nabywane podczas poszczególnych modułów Uczestnicy utrwalają w trakcie licznych ćwiczeń praktycznych. Towarzyszy temu swobodna dyskusja i wymiana doświadczeń. Przekazywana wiedza jest komentarzem do doświadczeń i ich uporządkowaniem.

ZARZĄDZANIE DZIAŁEM SPRZEDAŻY

CELE SZKOLENIA: zapoznanie uczestników z technikami podejmowania decyzji i odpowiednimi technikami analitycznymi w zakresie zarządzania działaniami sprzedażowymi.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr hab. prof. nadzw. UE Ryszard Kłeczek

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Controlling finansowy działań sprzedażowych

1. Koncepcja NPV.
2. Kontrola finansowa działań sprzedażowych
3. Mierniki finansowe efektywności działań sprzedażowych i ich znaczenie
4. Motywacja w oparciu o NPV (KPI)

II. Controlling niefinansowy działań sprzedażowych

1. Kontrola niefinansowa działań sprzedażowych
2. Łączenie mierników finansowych i niefinansowych i NPV
3. Identyfikacja zasobów niematerialnych w dziale sprzedaży i sposobów inwestowania w te zasoby

III. Elementy komunikacji wizerunkowej w businessie

1. Koncepcja wizerunku produktowego i korporacyjnego.
2. Konstruowanie przekazów wizerunkowych

METODY PRACY

- studia przypadków
- analizy i konstrukcje komunikatów wizerunkowych w businessie

SZKOLENIA DLA NAUCZYCIELI PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I PRZEDMIOTÓW EKONOMICZNYCH:

INWESTYCJE NA RYNKACH FINANSOWYCH

CELE SZKOLENIA: poznanie cech podstawowych instrumentów finansowych oraz narzędzi analizy ryzyka i metod tworzenia portfela inwestycji pod kątem prowadzenia zajęć dydaktycznych w ramach przedmiotów ekonomicznych w szkołach średnich.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Marek Pauka

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Rynek akcji

.....

1. Rynek akcji w Polsce (cechy akcji, indeksy giełdowe, różnice między rynkami)
2. Informacje na rynku akcji – jak je interpretować
3. IPO – pierwsza oferta publiczna
4. Prawa poboru, dywidendy, buy back
5. Narzędzia analizy fundamentalnej emitentów akcji
6. Rekomendacje maklerskie

II. Rynek obligacji

1. Cechy obligacji i rynku obligacji
2. Jak kupić obligacje na rynku wtórnym
3. Wyznaczanie atrakcyjności obligacji
4. Ryzyko inwestowania w obligacje

III. Instrumenty pochodne

1. Kontrakty terminowe na giełdzie
2. Opcje giełdowe

METODY PRACY

- dyskusja problemowa wspierana prezentacją multimedialną
- analiza zadań modelowych, wspomagających rozumienie wyizolowanych problemów
- studia przypadków – praca wspólna, praca w grupach i praca indywidualna pod nadzorem trenera
- burza mózgów

MS EXCEL W OBLICZENIACH EKONOMICZNYCH

CELE SZKOLENIA: przekazanie wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie wykorzystania możliwości arkusza kalkulacyjnego w przeprowadzaniu obliczeń ekonomicznych.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr inż. Dżiżław Kes, dr Krzysztof Nowosielski, mgr Wojciech Gardziński

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Zastosowania arkusza w prowadzeniu obliczeń

1. Funkcjonalność arkusza kalkulacyjnego
2. Podstawy stosowania arkusza kalkulacyjnego w prowadzeniu obliczeń

II. Praktyczne zastosowania funkcji arkuszowych w procesie obliczeń

1. Istota prowadzenia obliczeń w arkuszu kalkulacyjnym
2. Przegląd sposobów wprowadzania formuł arkuszowych
3. Prezentacja najważniejszych funkcji arkuszowych

III. Narzędzia wspomagające prowadzenie obliczeń i prezentację jej wyników

1. Obliczenia strukturalne w tabeli i tabeli przestawnej
2. Obliczenia prowadzone na potrzeby optymalizacji decyzji z zastosowaniem narzędzi Szukaj Wyniku i Solver
3. Narzędzi inspekcji formuł

4. Stosowanie menedżera nazw w prowadzeniu obliczeń
5. Tworzenie wykresów w prezentacji wyników obliczeń

IV. Tworzenie funkcji użytkownika i automatyzacja obliczeń przy pomocy VBA

1. Działanie edytora VBA
2. Podstawy tworzenia własnych funkcji
3. Automatyzacja obliczeń przy pomocy VBA

V. Podstawy odpytywania baz danych biznesowych na potrzeby analiz

1. Podstawy MS Query

2. Wielokryterialne obliczenia w MS Query
3. Sumowanie grup danych przy pomocy języka SQL

METODY PRACY

- wykład z wykorzystaniem projektora multimedialnego
- ćwiczenia z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego
- rozwiązywanie studiów przypadków i dyskusja nt. wyników oraz zastosowanych technik obliczeniowych
- ćwiczenia z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego i edytora Visual Basic
- rozwiązywanie studiów przypadków i dyskusja nt. wyników oraz zastosowanych instrukcji i obiektów języka VBA
- ćwiczenia z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego i MS Query
- rozwiązywanie studiów przypadków i dyskusja nt. wyników oraz zastosowanych instrukcji i obiektów języka SQL

ZAKŁADANIE I PROWADZENIE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ (W TYM TWORZENIE BIZNES PLANU)

CELE SZKOLENIA: zapoznanie uczestników z zagadnieniami tworzenia i prowadzenia działalności gospodarczej.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Michał Muszyński, dr Paweł Prędiewicz

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Rozpoczynanie działalności

1. Zakładanie firmy
2. Formy organizacyjno-prawne
3. Wybór formy opodatkowania
4. Źródła informacji

II. Model biznesowy

1. Kluczowe obszary działalności przedsiębiorstwa
2. Budowa modelu biznesowego
3. Tworzenie modelu biznesowego

III. Analiza strategiczna

1. Analiza sektora – 5 sił Portera
2. Analiza SWOT

IV. Wartość firmy

1. Pojęcie wartości firmy
2. Rodzaje wartości firmy
3. Wpływ zdarzeń gospodarczych na wartość firmy

V. Podstawy rachunkowości

1. Zasady rachunkowości
2. Podstawowe pojęcia: przychody – wpływy, koszty – wydatki.
3. Budowa sprawozdania finansowego – pomiar efektów prowadzonej działalności

4. Analiza sprawozdania finansowego – podstawowe wskaźniki

VI. Wartość pieniądza w czasie, źródła finansowania

1. Wartość bieżąca, wartość przyszła
2. Odsetki proste, złożone, kapitalizacja
3. Płatności anuitetowe
4. Renta wieczysta
5. Kryteria podziału źródeł finansowania
6. Źródła kapitału własnego
7. Źródła kapitału obcego
8. Instrumenty hybrydowe
9. Sporządzanie harmonogramu spłaty kredytu – rata równa, rata malejąca

VII. Dźwignie, próg rentowności

.....

1. Koszty stałe, zmienne.
2. Próg rentowności ilościowy, wartościowy.
3. Graficzne wyznaczanie progu rentowności.
4. Próg rentowności dla produkcji wieloasortymentowej.
5. Dźwignia operacyjna.
6. Dźwignia finansowa.
7. Dźwignia połączona.
8. Efekt dźwigni finansowej

VIII. Biznesplan – elementy opisowe

1. Cel tworzenia biznesplanu
2. Koncepcja przedsięwzięcia
3. Etapy tworzenia biznesplanu
4. Struktura biznesplanu:
 - a. Synteza przedsięwzięcia
 - b. Informacje dotyczące firmy i produktu/usługi
 - c. Charakterystyka rynku i strategia marketingowa
 - d. Opis oferowanych produktów/usług
 - e. Charakterystyka inwestycji

IX. Biznesplan – finanse

1. Kolejność sporządzania prognoz
2. Opracowanie założeń finansowych
3. Określenie źródeł finansowania działalności
4. Kalkulacja przychodów
5. Kalkulacja kosztów
6. Rachunek zysków i strat
7. Określenie zapotrzebowania na kapitał pracujący
8. Prognoza rachunku przepływów pieniężnych
9. Prognoza bilansu
10. Ocena rentowności i płynności finansowej
11. Wyznaczanie wolnych przepływów dla firmy (FCF) i dla właścicieli (FCE).
12. Ocena efektywności inwestycji – metody proste (próg rentowności, okres zwrotu) oraz metody dyskontowe (NPV, IRR, MIRR).

X. Wycena

1. Teoretyczne podstawy wyceny przedsiębiorstw
2. Założenia i procedura wyceny
3. Systematyka wyceny
4. Metody majątkowe – założenia, techniki, procedura, informacje wyjściowe
5. Metody porównawcze – przebieg, procedura, techniki.
6. Metody dochodowe, w tym DCF.
7. Uwarunkowania, procedury i techniki metod mieszanych.

METODY PRACY

- wykład; praca w grupach; dyskusja; warsztaty; prezentacja wyników; praca indywidualna; zapoznanie się z przykładowymi wycenami domów maklerskich; zadania; sporządzenie projekcji finansowych; zapoznanie się z przykładowym biznesplanem, część finansowa; sporządzenie części opisowej biznesplanu dla wybranej działalności; analiza przypadków; zapoznanie się z przykładowym biznesplanem

NOWOCZESNE METODY W DYDAKTYCE NAUCZANIA PRZEDMIOTÓW EKONOMICZNYCH

CELE SZKOLENIA: Zapoznanie z najnowszymi trendami w dydaktyce przedmiotów ekonomicznych i podniesienie umiejętności dydaktycznych nauczycieli przedsiębiorczości i przedmiotów ekonomicznych.

Liczba godzin szkolenia: 40

Prowadzący: dr Anna Śliwa

PROGRAM SZKOLENIA:

I. Edukacja

1. Co to znaczy dobre nauczanie, dobry nauczyciel?
2. Rola celu zajęć, zasadność określania efektów kształcenia, funkcja podstawy nauczania i podręcznika. Tworzenie kontraktu edukacyjnego
3. Systemy oceniania – ocenianie kształtujące jako element kontraktu
4. Rola przedmiotów ekonomicznych w szkole. Jak można wykorzystać ich specyficzny charakter do budowania motywacji uczniów

II. Wizualizacja

1. Robienie notatek z zajęć – sposoby notowania
2. Mapa Myśli jako pomoc dydaktyczna. Inne zastosowania Mapy Myśli
3. Metaplan – wizualizacja zagadnienia
4. Komiksy ekonomiczne

III. Grywalizacja

1. Wprowadzenie do gier edukacyjnych – operacjonalizacja struktur teoretycznych
2. Prezentacja gier edukacyjnych pomocnych w nauczaniu przedmiotów ekonomicznych 1
3. Prezentacja gier edukacyjnych pomocnych w nauczaniu przedmiotów ekonomicznych 2
4. Opracowanie lekcji opartej na grze – warsztaty

IV. Prezentacja

1. Nowoczesne metody prezentacji
2. Korzystanie z prezentacji na video, dobór i korzyści dydaktyczne. Konstruowanie lekcji wokół prezentacji video
3. Metoda wykładu – typowe błędy i jak ich unikać (warsztaty)
4. Prezentacja jako technika uczenia się – jak nauczyć uczniów robić dobre prezentacje i przez to pomóc im się efektywniej uczyć

V. Improwizacja

1. Techniki trenerskie w nauczaniu
2. Metody teatru improwizowanego w dydaktyce
3. Warsztaty improwizacji
4. Dydaktyczny potencjał inscenizacji – odgrywania scenek związanych z tematem lekcji

METODY PRACY

- dyskusja; interaktywny wykład + prezentacja; video; praca projektowa w grupach; mini-prezentacje; burza mózgów





Kuźnia Kadr 7

czyli budowa i wzmacnianie relacji absolwentów oraz pracodawców z uczelnią

.....
dr Beata Pachnowska

opiekun merytoryczny projektu Kuźnia Kadr 7
.....

Kuźnia Kadr 7 to kolejny projekt realizowany przez Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego POKL. 04.01.01-00-220/11. Celem wiodącym projektu jest podniesienie jakości kształcenia i lepsze dostosowanie oferty edukacyjnej do potrzeb rynku poprzez wypracowanie innowacyjnego modelu monitoringu losów absolwentów obejmującego: model diagnozowania potrzeb absolwentów uczelni, metodykę i narzędzia badania losów zawodowych absolwentów oraz program lojalnościowy dla absolwentów oparty na dedykowanym portalu internetowym. Rozwiązania zaproponowane w projekcie mają kompleksowy charakter i skierowane są do kilku istotnych grup docelowych – przede wszystkim do absolwentów oraz pracowników uczelni zaangażowanych w monitoring losów zawodowych, ale także do studentów uczelni, pozostałych pracowników uczelni, jak też pracodawców i innych podmiotów rynkowych mogących być partnerami Programu.

Najważniejszym obszarem projektu jest wypracowanie i przetestowanie **Programu Absolwent**, który stanowi unikatową próbę przeniesienia rozwiązań korporacyjnych oraz istniejących nawyków konsumenckich na grunt polskich uczelni. Jest to w pełni funkcjonujący program lojalnościowy dla absolwentów uczelni oparty na nowoczesnej platformie internetowej obejmujący skuteczne i sprawdzone narzędzia wykorzystywane przez firmy do zwiększenia motywacji klientów do utrzymywania więzi i rozpoznawania marki (m.in. wielostronną komunikację: uczelnia-absolwent-pracodawca), Kartę Absolwenta, zbudowanie bazy danych i tablicy ogłoszeń o pracy). Program pozwala na szybszą i bardziej skuteczną realizację monitoringu losów zawodowych oraz badania potrzeb absolwentów.

Program Absolwent tworzy interdyscyplinarny zespół obejmujący: reprezentantów nauki i uczelni, praktyków z obszaru Public Relations i programów lojalnościowych, ekonomistów, socjologów i psychologów rynku oraz specjalistów z zakresu e-commerce oraz portali społecznościowych. Jego założenia i realizacja są oparte o bardzo szeroko zakrojone badania. Już w pierwszym etapie projektu – fazie diagnozy – w 2013 roku

powstało kilkanaście raportów i analiz z badań wtórnych i pierwotnych prowadzonych w Polsce i na świecie*).

Wypracowane narzędzia **Programu Absolwent** są testowane na szerokich grupach przedstawicieli grup docelowych. Współpracujący z Programem panel badawczy utworzony z absolwentów, pracodawców i pracowników uczelni pomaga w ocenie zasadniczych elementów projektu.

Wspólnie wybraliśmy logo Programu – symbolizujące nowoczesność, młodość, ale też rozwój (nieskończoność). Zostało bardzo dobrze ocenione przez większość i preferowane przez ponad 40% respondentów. Daje możliwość elastycznego wykorzystania i dostosowania go do potrzeb różnych uczelni, które będą korzystały z **Programu Absolwent**. Jego uniwersalna treść i forma budują szerokie i pozytywne skojarzenia adekwatne do celów Programu.



Logo Programu Absolwent kojarzy się z nowoczesnością, młodością, ale też myśleniem i współpracą

Badania pomogły też w wyborze nagród w programie lojalnościowym dla absolwentów, które promują aktywność uczestników Programu i pomagają w sprawnym realizowaniu monitoringu losów zawodowych (W ramach **Programu Absolwent** funkcjonuje centrum upominków, w którym punkty za aktywność na portalu Absolwent będzie można wymieniać na nagrody.) Aby wybór przedmiotów w sklepie był trafny i odzwierciedlał oczekiwania odbiorców, przeprowadziliśmy test wstępnie wybranych nagród rzeczowych. Okazało się, że lepiej oceniane i zdecydowanie bardziej atrakcyjne były nagrody droższe, nawet jeśli wymagały zebrania większej liczby punktów. Pozwoli to na promowanie większej aktywności uczestników Programu i skuteczniejsze realizowanie jego celów.

.....



Nagrody dla aktywnych uczestników w Programie Absolwent
wybrane na podstawie przeprowadzonych badań

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UE Uniwersytet Ekonomiczny
we Wrocławiu

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ SPOŁECZNY

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Nr POKL.04.01.01-00-220/11

20-21
czerwca
2014

WEEKEND ABSOLWENTA

KAMPUS
Uniwersytetu
Ekonomicznego
we Wrocławiu

- ◆ Coroczne wydarzenie podsumowujące funkcjonowanie Programu Absolwent
- ◆ Nowy wymiar spotkań absolwentów – nauka i zabawa w dobrym stylu
- ◆ Budowanie relacji między uczelnią a jej absolwentami

Języki obce, kultura, gospodarka, zarządzanie, Unia Europejska i wiele innych tematów w otwartych i bezpłatnych prezentacjach i warsztatach dla absolwentów wszystkich uczelni

Zapraszamy absolwentów wszystkich uczelni,
niezależnie od wieku i roku ukończenia studiów

Zarejestruj się już dziś wybierając warsztaty i prezentacje na
www.weekendabsolwenta.ue.wroc.pl

Człowiek – najlepsza inwestycja

ab PROGRAM
ABSOLWENT

KUŹNIA KADR 7

kuznia7@ue.wroc.pl, www.kuznia7.ue.wroc.pl

Weekend Absolwenta w 2014 roku realizowany na terenie UE
we Wrocławiu obejmował szeroką gamę warsztatów,
prezentacji i mini szkoleń

Współpraca z Shippensburg University w USA (Pensylwania) zainspirowała do stworzenia największego przedsięwzięcia w programie – Weekendu Absolwenta. Ideą tego dwudniowego spotkania jest zmiana dotychczasowego stylu zjazdów absolwentów – z sentymentalnych balów przyciągających głównie starsze roczniki na aktywne interakcje łączące naukę i zabawę, odkrywanie uczelni i jej oferty zarówno przez samych absolwentów jak też ich bliskich i znajomych. Celem jest także zaprezentowanie oferty uczelni oraz jej partnerów w ciekawy i niekonwencjonalny sposób, pomagając tym samym w budowaniu wizerunku uczelni przyjaznej, innowacyjnej i rozwijającej się.

Program Absolwent testowany jest do czerwca 2015 roku. W ocenie jego rozwiązań, skuteczności i przydatności mogą brać udział wszyscy zainteresowani: absolwenci i pracownicy wszystkich uczelni w Polsce, a także pracodawcy, (prosimy o kontakt pod adresem mailowym: kuznia7@ue.wroc.pl, lub do zapisywania się poprzez formularz dostępny na stronie głównej Kuźni Kadr 7 www.kuznia7.ue.wroc.pl).

*) Raporty z badań oraz relacje z wydarzeń realizowanych w Programie Absolwent dostępne na www.kuznia7.ue.wroc.pl. Adres platformy internetowej: www.programabsolwent.ue.wroc.pl.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Uniwersytet Ekonomiczny
we Wrocławiu

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Numer projektu: POKL.04.01.01-00-201/11, 04.01.01-00-220/11



KUŹNIA KADR 6

CZYLI WZMOCNIENIE I ROZWÓJ POTENCJAŁU DYDAKTYCZNEGO
UCZELNI POPRZEC WYPRACOWANIE INNOWACYJNEGO MODELU
KSZTAŁCENIA PRZECZ CAŁE ŻYCIE

INNOWACYJNY PROGRAM

„UCZELNIE NA RZECZ
KSZTAŁCENIA USTAWICZNEGO”

www.kuznia6.ue.wroc.pl



KUŹNIA KADR 7

Celem projektu jest wypracowanie
i testowe wdrożenie innowacyjnego programu

ABSOLWENT

zmienia polskie uczelnie

uedlaabsolwenta.ue.wroc.pl



KUŹNIA KADR
Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

Dział Obsługi Projektów Rozwojowych

www.dopr.ue.wroc.pl