



SZKOLENIA DOSKONALĄCE KOMPETENCJE DOT. WDROŻENIA DANYCH PRZEDSIĘWZIĘĆ INNOWACYJNYCH

I

ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE – ramowy program szkolenia (24 godziny)

Prowadzący: dr Przemysław Kitowski, Politechnika Gdańska

DZIEŃ 1 (8h)

1. Wizja i misja firmy
 - Określenie długookresowej misji i wizji rozwoju firmy
2. Klasyfikacja strategii
3. Określenie celów strategicznych firmy
 - Specyfika zarządzania strategicznego w różnych typach organizacji
4. Cechy planowania strategicznego
5. Zaangażowanie pracowników

DZIEŃ 2 (8h)

1. Jak osiągnąć wyznaczone cele?
2. Wybór strategii, jej budowa i wdrożenie
3. Zasady zarządzania strategicznego
4. Rodzaje innowacji
5. Strategie innowacji

DZIEŃ 3 (8h)

1. Metody poszukiwania innowacji w zależności od potrzeb rynkowych
 - Burza mózgów, badanie branż substytucyjnych, badanie branż komplementarnych, badanie emocjonalno-funkcjonalne, QFD
2. Koszty związane z patentowaniem

Narzędzia wykorzystywane podczas planowania

Wykorzystanie narzędzi (strategiczna karta wyników, wykres Gantta, krzywe wartości sprzedaży, domek jakości, Analiza 5 sił Portera, Analiza strategiczna SWOT, Macierz BCG)



II

ZARZĄDZANIE INNOWACJAMI – ramowy program szkolenia (24 godziny)

Prowadzący: dr Dariusz Wieczorek, Uniwersytet Gdański /
Andrzej Sułkowski, Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu

DZIEŃ 1 (8h)

1. Nowoczesne metody zarządzania organizacją proinnowacyjną
 - Pojęcia podstawowe: pojęcie innowacji, innowacje produktowe, procesowe, organizacyjne, istota zarządzania innowacjami
 - Istota filozofii Kaizen
 - Zarządzanie zmianą (change management) – pojęcie zmiany, źródła zmian, etapy wprowadzania zmian, modele
 - Podstawy zarządzania wiedzą w organizacji (knowledge management)
 - Przesłanki decentralizacji zarządzania w zarządzaniu innowacjami
 - Zarządzanie przez cele – cele strategiczne a cele operacyjne, dekompozycja celów

DZIEŃ 2 (8h)

1. Wypracowanie metody wdrażania innowacji produktowej, procesowej i organizacyjnej
 - Modele zarządzania innowacjami
 - Etapy procesu innowacji
 - Inicjowanie innowacji
 - Planowanie projektu wdrażania innowacji
 - Wdrażanie innowacji

DZIEŃ 3 (8h)

1. Kształtowanie proinnowacyjnej kultury organizacyjnej
 - Tworzenie zespołów wdrożeniowych
 - Podstawy motywowania zespołów
 - Modele wdrażania zmiany: Kubler-Ross, cykl nauki Kolba, technika Gestalt, model Lewina
 - Metody komunikacji w procesie wprowadzania zmian innowacyjnych
 - Informacja zwrotna: etapy, metoda BOOST, metoda STOP, model EEC
 - Praca grupowa: zasady prowadzenia warsztatów i spotkań zespołów wdrożeniowych



III

ZARZĄDZANIE FINANSAMI – ramowy program szkolenia (24 godziny)

Prowadzący: dr Krzysztof Szczepaniak, Uniwersytet Gdański

DZIEŃ 1 (8h)

1. Strategiczne zarządzanie finansami w przedsiębiorstwach innowacyjnych
 - Klasyfikacja i zastosowanie własnych źródeł kapitału: kapitał prywatny, udziały, akcje, zysk zatrzymany, konwersja majątku
 - Klasyfikacja i zastosowanie obcych źródeł kapitału: kredyt bankowy, leasing, obligacje przedsiębiorstw, finansowanie hybrydowe, fundusze załączkowe
 - Dotacje ze środków Unii Europejskiej na innowacje: programy operacyjne, aspekty podatkowe
2. Operacyjne zarządzanie finansami
 - Optymalizacja kosztów finansowych
 - Zarządzanie strukturą kapitału firmy

DZIEŃ 2 (8h)

1. Budżetowanie i planowanie przepływów pieniężnych
 - Wpływ źródeł finansowania na przepływy pieniężne
 - Znaczenie zmian wartości pieniądza w czasie w kształtowaniu struktury kapitału firmy
2. Rachunkowość zarządcza w kontekście finansowania innowacji
 - Wykorzystanie progu rentowności do zarządzania finansami firmy
 - Zarządzanie kapitałem obrotowym netto

DZIEŃ 3 (8h)

1. Ocena struktury finansowania i efektywności zarządzania kapitałem firmy wskaźnikami analizy ekonomiczno-finansowej
 - Ocena struktury i dynamiki elementów sprawozdania finansowego
 - Wskaźniki stabilności finansowej firmy
 - Ocena rentowności kapitału własnego na podstawie schematu Du Ponta
2. Analiza wpływu struktury finansowania na opłacalność przedsięwzięć innowacyjnych
 - Wybrane metody oceny inwestycji
 - Zasady przygotowania modelu finansowego w arkuszu kalkulacyjnym
 - Szacowanie przepływów pieniężnych projektu inwestycyjnego
 - Kalkulacja wskaźników oceny opłacalności inwestycji
 - Analiza ryzyka i wrażliwości inwestycji



IV

ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE – ramowy program szkolenia (24 godziny)

Prowadzący: dr Piotr Dwojacki, Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu w Gdyni
/ Andrzej Sułkowski Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu w Gdyni

DZIEŃ 1 (8h)

1. Zarządzanie marketingowe w przedsięwzięciach innowacyjnych
2. Innowacyjność jako źródło przewagi konkurencyjnej
3. Wypracowanie elementów innowacyjnej strategii marketingowej
4. Kreowanie nowej przestrzeni rynkowej
5. Rekonstrukcja granic rynku
6. Rynkowa sekwencja strategiczna
7. Określanie innowacyjnych granic popytu

DZIEŃ 2 (8h)

1. Generowanie innowacyjnych wartości
2. Określanie kluczowych czynników konkurencyjności produktów/ usług/ procesów
3. Formułowanie profili konkurencyjności
4. Diagnozowanie strategicznych sprzeczności
5. Definiowanie alternatywnych innowacyjnie branż, sektorów, segmentów
6. Grupy strategiczne poszczególnych branż. Benchmarking
7. Definiowanie łańcucha nabywców

DZIEŃ 3 (8h)

1. Analiza macierzy: produkt / rynek
2. Ofertowanie komplementarne na innowacyjnym rynku produktów i usług
3. Strategie rynkowe uzależnione od funkcjonalności lub emocjonalności nabywcy
4. Kanwa strategii marketingowych i ich wizualizacja
5. Charakterystyka „nie-klientów”
6. Określanie macierzy: cyklu wrażeń nabywcy / dźwigni wyjątkowej użyteczności rynkowej
7. Tworzenie planów i strategii marketingowych zintegrowanych z rozwojem poprzez innowacje