



Szkolenia dla Firm





W NASZEJ OFERCIE ZNAJDZIECIE PAŃSTWO WIELE INTERESUJĄCYCH SZKOLEŃ. OBEJMUJĄ ONE ZARÓWNO TEMATYKĘ ŚCIŚLE ZAWODOWYCH KOMPETENCJI, JAK I MOŻLIWOŚĆ UDOSKONALENIA TZW. UMIEJĘTNOŚCI „MIĘKKICH” (NP. NEGOCJACJI, KOMUNIKACJI ITP.)

PONADTO, PROPONUJEMY PAŃSTWU KURSY WSPOMAGAJĄCE ROZWÓJ OSOBISTY, KTÓRY W DUŻEJ MIERZE PRZYCZYNIĄ SIĘ DO SUKCESU FIRMY.

Ogromne znaczenie specjalistycznej wiedzy i ciągłego kształcenia oraz wzrost konkurencyjności na rynku sprawiają, że coraz więcej firm decyduje się na podnoszenie kwalifikacji swoich pracowników w różnych dziedzinach. Szkolenia stają się niezbędne, pozostaje jednak dylemat: jak wybrać właściwą firmę szkoleniową? Prezentujemy Państwu wyjątkową ofertę Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Prosimy o zapoznanie się z korzyściami, jakie wiążą się z wyborem właśnie nas!

KORZYŚCI DLA FIRMY:

- profesjonalni prowadzący (wykładowcy Szkoły Głównej Handlowej - najlepszej uczelni ekonomicznej w Polsce), którzy zapewniają bardzo wysoką efektywność szkoleń,
- uzyskanie przez pracowników certyfikatów SGH potwierdzających nabycie kwalifikacji o najwyższej jakości,
- wzrost konkurencyjności na rynku dzięki pozyskaniu nowych kwalifikacji,
- usprawnienie działalności przedsiębiorstwa,
- rozwój osobowy, kształtowanie indywidualnych ścieżek kariery i zwiększenie liczby specjalistów wśród pracowników,
- możliwość dostosowania szkolenia do konkretnych potrzeb firmy,
- duży nacisk na pozyskanie przez uczestników szkolenia praktycznych umiejętności (analiza przypadków, rozwiązywanie problemów firmy, metody warsztatowe),
- wyszczególnienie literatury, która umożliwi dalsze samokształcenie w podejmowanej problematyce,
- dostosowanie ceny szkolenia do specyfiki firmy.

WYKŁADOWCY

Wyróżniającą cechą szkoleń oferowanych przez Szkołę Główną Handlową jest prowadzenie ich wyłącznie przez profesjonalnych wykładowców. Są to eksperci w swoich dziedzinach, doskonale przygotowani i doświadczeni w kształceniu i prowadzeniu warsztatów. Posiadają oni również rozległą wiedzę praktyczną, dzięki której są w stanie pomóc w rozwiązaniu bieżących problemów Państwa firmy.

Wysoka jakość kształcenia w naszej uczelni została potwierdzona przez Fundację Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych poprzez certyfikaty akredytacyjne.

TERMINY I ORGANIZACJA SZKOLEŃ

Istotną kwestią przy podejmowaniu decyzji o szkoleniu jest wybór terminu, w którym będzie się ono odbywało. SGH każdorazowo proponuje takie terminy, aby proces kształcenia nie zakłócał pracy i normalnego funkcjonowania firmy.

OPŁATY ZA SZKOLENIA

Uwzględniając różnice istniejące między przedsiębiorstwami, dostosowujemy koszt szkolenia do indywidualnej sytuacji firmy. Cena kursu zależy więc od specyfiki sektora, w którym działa firma, a także liczby szkolonych pracowników. Istotne znaczenie ma również tematyka i poziom dopasowania szkolenia do potrzeb firmy.

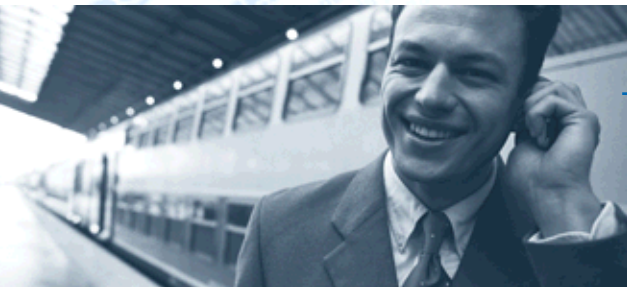
SZKOLENIA ZAWODOWE SPECJALISTYCZNE

CYWILISTYCZNE, PODATKOWE I BILANSOWE ASPEKTY LEASINGU

Celem zajęć jest przedstawienie podstawowych pojęć, rodzajów i klasyfikacji leasingu. Omówione zostaną aspekty prawne funkcjonowania leasingu w Polsce (umowa leasingu w kodeksie cywilnym, w nowelizacji ustawy o rachunkowości, w MSR i US GAAP), a także aspekt atrakcyjności leasingu jako źródła finansowania aktywów.

FINANSE PRZEDSIĘBIORSTW

Cel zajęć to przedstawienie uczestnikom rangi i roli zarządzania finansami w kompleksowym zarządzaniu przedsiębiorstwem; zastosowanie w praktyce poszczególnych instrumentów finansowych do oceny płynności finansowej przedsiębiorstwa; analiza działania poszczególnych mechanizmów finansowych oraz ocena projektów inwestycyjnych.



INSTRUMENTY FINANSOWE W RACHUNKOWOŚCI I PRZEPISACH PODATKOWYCH

Program szkolenia obejmuje takie zagadnienia jak, m.in.: ujmowanie instrumentów finansowych w sprawozdaniu finansowym, wycena, przekwalifikowanie i rozliczenie aktywów finansowych. Uczestnicy zapoznają się z instrumentami pochodnymi, opodatkowaniem transakcji oraz Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej.

MIĘDZYNARODOWE TRANSAKcje GOSPODARCZE

Szkolenie zapoznaje uczestników z podstawowymi pojęciami dotyczącymi handlu zagranicznego. Omówione są: kontrakt, negocjacje, a także incoterms i płatności w handlu zagranicznym.

NEGOCJACJE W MARKETINGU

Program szkolenia obejmuje poznanie zaawansowanych metod planowania negocjacji i technik pomagających przygotować się do podjęcia wyzwania. Analiza i wycena produktów marketingowych pozwolą na skuteczniejsze podejmowanie decyzji w rozmowie z partnerami. W trakcie zajęć wykonywane będą liczne ćwiczenia połączone z analizą umiejętności oraz rozwojem zdolności skutecznego negocjowania.

PODSTAWY STATYSTYKI

Zajęcia mają na celu przekazanie uczestnikom podstawowej wiedzy ze statystyki, dzięki której będą oni mogli poprawnie zaprojektować badanie statystyczne, odczytywać i interpretować podstawowe wskaźniki statystyczne, szacować nieznanne parametry populacji (np. wielkość sprzedaży), szacować i interpretować błąd statystyczny, poprawnie odczytywać wyniki badań statystycznych, uogólniać wyniki badań częściowych na całą populację.

PROFESJONALNE TWORZENIE EVENTU

Szkolenie to zostało przygotowane z myślą o pracownikach działów marketingu Public Relations, zajmujących się przygotowaniem imprez specjalnych. Dostarcza ono praktycznych umiejętności planowania, promowania i koordynacji takich imprez. Pokazuje, w jaki sposób wykorzystywać eventy przy tworzeniu strategii kontaktów z mediami i grupami docelowymi firmy.

PRZYGOTOWANIE I OCENA PROJEKTÓW INWESTYCYJNYCH

Cele szkolenia obejmują zapoznanie się z technikami wykorzystywanymi w ocenie ryzyka kredytowego związanego z długoterminowym zaangażowaniem banku, poznanie metod ograniczania ryzyka banku przy kredytowaniu przedsiębiorstw oraz zdobycie umiejętności samodzielnej analizy projektów rozwojowych i restrukturyzacyjnych.

SOJUSZE BANKOWO-UBEZPIECZENIOWE (BANCASSURANCE)

Podczas szkolenia uczestnicy zapoznają się z istotą tworzenia sojuszy strategicznych i zasadami funkcjonowania sojuszy bankowo-ubezpieczeniowych (motywy, analiza pojęć, efekty). Zostanie również omówiony zakres integracji działalności bankowej i ubezpieczeniowej. Na zajęciach będą przedstawione największe sojusze bankowo-ubezpieczeniowe w Europie oraz analiza sojuszy w Polsce.

UBEZPIECZENIA GOSPODARCZE

Celem zajęć jest zapoznanie słuchaczy z istotą działalności ubezpieczeniowej i jej podstawami prawnymi. Omówione zostaną podstawowe zasady funkcjonowania systemu ubezpieczeń gospodarczych w Polsce, dokonana zostanie analiza rozwiązań prawnych, a także ocena kondycji rynku ubezpieczeń gospodarczych w Polsce.

ZARZĄDZANIE PROJEKTEM W MARKETINGU

Podczas szkolenia uczestnicy zostaną zaznajomieni z technikami zarządzania projektem w marketingu. Przedstawione zostaną zagadnienia usprawniania działań związanych z zarządzaniem projektami, w trakcie ćwiczeń zaś nastąpi ich utrwalenie. Prowadzący zaznajomią uczestników z metodami planowania, stawiania celów, zarządzania ludźmi w zespole, podejmowania decyzji w różnych sytuacjach, tworzenia efektywnego planu projektu.

SZKOLENIA ZAWODOWE OGÓLNE

FIRMA W INTERNECIE – JAK SKUTECZNIE ZAZNACZYĆ SWOJĄ OBECNOŚĆ W SIECI?

Celami szkolenia są: uświadomienie odbiorcom, że strona internetowa stanowi jeden z podstawowych elementów wizerunku firmy - musi być z nim spójna i dobrze przemyślana; wskazanie, w jaki sposób zaplanować serwis internetowy (architektura informacji, język, wygląd, dostępność) oraz stworzenie koncepcji firmowego serwisu internetowego.

KONTAKTY Z MEDIAMI

Szkolenie jest niezwykle pomocne dla wszystkich, którzy odpowiedzialni są za kontakty z mediami, zarówno jako osoby reprezentujące firmę, jak i koordynatorzy. Dostarcza ono przede wszystkim wiedzy z zakresu zaawansowanych metod „wykorzystywania” dziennikarzy do promocji programu politycznego, a także kształtowania korzystnych relacji z mediami i współpracy podczas sytuacji kryzysowej.

PUBLIC RELATIONS

Szkolenie skierowane jest do osób odpowiedzialnych za tworzenie i realizację strategii Public Relations. Umożliwia zapoznanie z najnowszymi światowymi trendami w prowadzeniu kampanii PR. Nastawione jest na przekazanie uczestnikom praktycznej wiedzy z zakresu strategicznego planowania, organizacji i przeprowadzania kampanii PR wewnętrznego i zewnętrznego.

STRATEGIA MARKETINGOWA FIRMY

Szkolenie ma na celu zaznajomienie uczestników z podstawowymi aspektami budowania strategii marketingowej firmy. Zostaną zaprezentowane metody usprawniania działań związanych z tworzeniem i realizacją strategii marketingowej, metody planowania, stawiania celów i podejmowania decyzji. Teoria będzie poparta ćwiczeniami warsztatowymi.

WPROWADZENIE NOWEGO PRODUKTU NA RYNEK

Program szkolenia został podzielony na trzy główne części. Pierwsza dotyczy analiz rynku oraz potrzeb konsumenta i odbiorcy. Druga przedstawia metody wspomagania product launch, ujmując w swym zakresie wymagania stawiane przez rynek oraz specyfikę produktu. Trzecia wprowadza metody zapewniania płynności finansowej w całym procesie oraz metody analizy opłacalności.



ZARZĄDZANIE PRODUKTEM

Szkolenie składa się z czterech modułów. Pierwszy dotyczy menedżera produktu, jego kompetencji oraz umiejętności niezbędnych do sprawowania tej funkcji. Drugi - metod wspomagania zarządzania produktem (analiza rynku i jego dynamiki oraz procesowe podejście do życia produktu). Trzeci obejmuje analizę cyklu życia produktu oraz potencjalnych dróg jego dalszego rozwoju. Czwarty odnosi się do głównych metod utrzymywania płynności finansowej projektów, analizy wykonalności i opłacalności.

ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE PRZEDSIĘBIORSTWEM

Program szkolenia zawiera omówienie roli strategii w zarządzaniu, znaczenia analizy strategicznej w zarządzaniu firmą, budowy strategii zarządzania w oparciu o wykorzystanie przewag konkurencyjnych. Zostaną również poruszone kwestie finansowych aspektów analizy strategicznej i analizy rentowności projektów inwestycyjnych.

ZARZĄDZANIE WARTOŚCIĄ KLIENTA

Szkolenie koncentruje wiedzę z zakresu nowoczesnego zarządzania, marketingu oraz finansów wokół zagadnienia, jakim jest klient oraz kreowane przez niego wartości dla firmy. Program zawiera m.in. mierniki oceny wartości klienta, zarządzanie wiedzą o klientach, omówienie CRM oraz budowę modeli satysfakcji i pozytywnych doświadczeń z klientami.

ZARZĄDZANIE WARTOŚCIĄ PRZEDSIĘBIORSTWA

Podczas szkolenia zostanie omówiony zakres i znaczenie strategii zarządzania wartością przedsiębiorstwa, metody wyceny przedsiębiorstwa i zarządzanie marką firmy. Program zawiera również charakterystykę przekształceń strukturalnych na rynku oraz restrukturyzacji przedsiębiorstw.

ZARZĄDZANIE WIEDZĄ W ORGANIZACJI W WARUNKACH NOWEJ GOSPODARKI

Szkolenie ma charakter interaktywny, angażuje uczestników w rozwiązywanie przykładowych problemów biznesowych, z jakimi najczęściej można spotkać się, wdrażając zarządzanie wiedzą. Po przedstawieniu najważniejszych zagadnień, uczestnicy mają możliwość zastosowania zdobytej wiedzy w praktyce. Po każdym module szkoleniowym uczestnicy identyfikują kluczowe problemy, wskazują na ich przyczyny, rekomendują metody oddziaływania.

EFEKTYWNA KOMUNIKACJA Z KLIENTEM

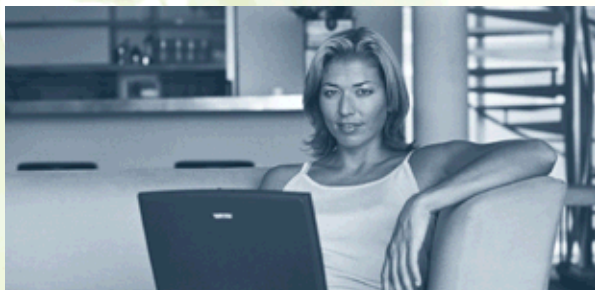
Szkolenie składa się z ćwiczeń warsztatowych z zakresu technik argumentacji i perswazji oraz struktury rozmowy i spotkania z klientem. Zawiera m.in. takie elementy jak: umiejętność budowania swojego autorytetu, udowodnienia własnej kompetencji i odpierania zarzutów, techniki odpierania zarzutów i kontrolowanie emocji własnych oraz partnera.

KIEROWANIE ZESPOŁEM

Podstawowym celem szkolenia jest analiza potencjału zespołu w celu jego optymalnego wykorzystania. Istnieje szereg reguł zarządzania zespołami, które znacząco różnią się od zasad zarządzania organizacją. Zwykle jednak istnieje ogromna pokusa, by już znane zasady kierowania firmą w sposób prosty przenieść na zespół. Postępowanie takie znacząco ogranicza kreatywność i dużą część zagadnień, związanych z funkcjonowaniem zespołu w firmie.

NEGOCJACJE I ROZWIĄZYWANIE KONFLIKTÓW

Celem szkolenia jest przekazanie umiejętności skutecznego prowadzenia negocjacji oraz rozwiązywania konfliktów. Uczestnicy szkolenia zdobywają wiedzę na temat technik negocjacyjnych i sposobów radzenia sobie z trudnymi partnerami. Odbywa się to podczas licznych ćwiczeń i symulacji, które pozwalają uczestnikom na wypróbowanie większości poznawanych technik. Szkolenie ma także na celu przedstawienie kolejnych faz konfliktu oraz zaprezentowanie kilku sposobów wychodzenia z sytuacji spornych.



PRZEMAWIANIE PUBLICZNE I AUTOPREZENTACJA

Szkolenie to jest niezwykle pomocne dla wszystkich, którzy muszą zabierać głos publicznie oraz dla osób, które mają częsty kontakt z mediami. Podczas wielu interaktywnych ćwiczeń uczestnicy poznają tajniki związane z przemawianiem, przygotowaniem wystąpienia. Mają oni możliwość na bieżąco sprawdzania prezentowanych pomysłów podczas interaktywnych ćwiczeń.

STRATEGIA I TAKTYKA NEGOCJACJI

Szkolenie uczy budowania oferty negocjacyjnej i analizy sytuacji negocjacyjnych. Omawia język ciała, jako ważne narzędzie rozpoznania stron. Przedstawia gry debiutowe i strategiczne, a także taktyki targu (sytuacje jedno- i wieloparametryczne) i taktyki argumentacyjne. W czasie szkolenia uczestnicy wysłuchają wykładu oraz zapoznają się z etudami prowadzącego.

SZTUKA PRZEMAWIANIA I WIZERUNEK – WARSZTATY

Umiejętność komunikowania jest jedną z najważniejszych cech człowieka. Człowiek umiejący wypowiadać się mądrze, poprawnie i ze świadomością jest postrzegany jako człowiek sukcesu. Nadanie odpowiedniego kształtu myślom, formułowanie zdań, przedstawienie logicznej, spójnej argumentacji oraz przekazanie emocji za pomocą głosu, mimiki, gestykulacji i postawy może w zasadniczym stopniu wpłynąć na to, w jaki sposób odbiorca będzie mówcę postrzegał, a więc na wywoływane przez mówcę wrażenie.

TRENING KREATYWNOŚCI

Celem treningu jest przedstawienie możliwości stosowania technik heurystycznych w organizacjach gospodarczych. Zajęcia prowadzone będą w sposób partycypacyjny, umożliwiając słuchaczom empiryczne poznanie i zastosowanie omawianych metod. Główny nacisk jest położony na rozwój takich zdolności i predyspozycji, które w sposób najbardziej skuteczny i efektywny wpływają na potencjał twórczy człowieka.

TRENING UMIEJĘTNOŚCI MENEDŻERSKICH

Trening przeznaczony jest dla osób kierujących zespołami, zarządzającymi projektami, a także osób pragnących w przyszłości pełnić funkcje menedżerskie. Program szkolenia obejmuje omówienie roli i zadań menedżera, rozwijanie zdolności interpersonalnych. Kurs uczy m.in. zarządzania zespołem i zarządzania czasem, a także prowadzenia zebrań i delegowania uprawnień.

TRUDNE SYTUACJE PODCZAS WYSTĄPIEŃ PUBLICZNYCH

Program szkolenia obejmuje omówienie sytuacji związanych z wystąpieniami publicznymi i zaznajomienie ze sposobami reagowania w takich sytuacjach. Wybrane zagadnienia to z treningu to: język ciała w budowaniu wizerunku rozmówcy, zabójcze pytania i inne taktyki podstępne w rozmowie, atak personalny w czasie rozmowy publicznej.

TWÓRCZE ROZWIĄZYWANIE PROBLEMÓW I PODEJMOWANIE DECYZJI

Celem szkolenia jest analiza wszystkich etapów podejmowania decyzji oraz porównanie stosowanych metod z „Best practices”. Zestawienie takie pozwoli wyeliminować błędy, dostrzec ważkie, a pomijane, elementy oraz opracować najbardziej właściwe dla danego przypadku zachowanie. W trakcie szkolenia zostaną przedstawione oraz poddane analizie liczne przykłady zarówno decyzji dobrych, jak i złych.

ZARZĄDZANIE CZASEM

Szkolenie przeznaczone jest dla osób, które mają problemy z zarządzaniem swoim czasem zawodowym i prywatnym oraz czasem grup, którymi kierują. Efektem tego negatywnego zjawiska jest konieczność pracy po godzinach, niemożność pełnej realizacji obowiązków, a w rezultacie stres, frustracja, a także straty finansowe. Szkolenie pozwoli na eliminację wielu negatywnych zjawisk, które pochłaniają czas zarówno indywidualnego pracownika, jak też zespołów pracowniczych.

ZAUFALI NAM

Wiele firm i koncernów międzynarodowych zaufało Szkole Głównej Handlowej, powierzając nam ścieżkę rozwoju zawodowego swoich pracowników poprzez delegowanie ich na studia zaoczne i podyplomowe. Wychoząc naprzeciw oczekiwaniom przedsiębiorstw, SGH organizuje krótkie formy szkoleniowe – kursy ściśle dostosowane do potrzeb danej instytucji i kultury organizacyjnej firmy.

Zachęcamy do zapoznania się z przykładowymi referencjami umieszczonymi na stronie Centrum www.cren.pl



Centrum Rozwoju Edukacji Niestacjonarnej SGH

Gmach Główny Szkoły Głównej Handlowej
Al. Niepodległości 162 pok. 150, 02-554 Warszawa

cren@sgh.waw.pl | <http://www.cren.pl>
tel.: (bezpośredni): (022) 337 97 23
fax: (bezpośredni): (022) 646 61 42
tel.: (centrala SGH): (022) 337 90 00 wew. 9723