UNIWERSYTET WSB MERITO WROCŁAW

wcześniej Wyższa Szkoła Bankowa

Master of Business Administration

PROGRAM MBA

UNIWERSYTET WSB MERITO WROCŁAW

wcześniej Wyższa Szkoła Bankowa

Program studiów

4	440
Liczba semestrów	Liczba godzin zajęć

OBIERZ KURS NA MBA – spotkanie wprowadzające do studiów (8h)

Zjazd otwierający program MBA ma charakter informacyjno-integracyjny i stanowi kluczowy etap przygotowujący uczestników do rozpoczęcia studiów. Jego głównym celem jest:
- Wprowadzenie uczestników w proces kształcenia – zapoznanie z programem studiów, strukturą zajęć, metodami dydaktycznymi oraz organizacją roku akademickiego.
- Integracja grupy – poprzez warsztaty i ćwiczenia zespołowe uczestnicy mają okazję lepiej się poznać, co sprzyja budowaniu relacji i efektywnej współpracy w trakcie całego programu.
- Mentalne przygotowanie do wyzwań akademickich – zajęcia mają na celu ułatwienie adaptacji do intensywnego trybu nauki oraz rozwinięcie postawy otwartości i zaangażowania.
- Budowanie fundamentów networkingu – integracja i wspólne doświadczenia sprzyjają tworzeniu trwałych relacji biznesowych, które stanowią jedną z kluczowych wartości programu MBA.

KOMUNIKACJA (48h)

Psychologia wpływu i dynamika relacji w zarządzaniu (16 godz.)

Współczesne zarządzanie to znacznie więcej niż struktury, procedury i formalne stanowiska. O realnej skuteczności lidera decyduje umiejętność rozumienia mechanizmów wpływu, decyzji i relacji, które działają często poza świadomością uczestników życia organizacyjnego. Psychologia wpływu i dynamika relacji w zarządzaniu to zaawansowany, praktyczny program dla menedżerów, liderów zespołów i osób aspirujących do ról decyzyjnych. Łączy solidne podstawy psychologii społecznej, organizacyjnej i decyzyjnej z realiami biznesu, władzy i odpowiedzialności przywódczej.

Program odpowiada na kluczowe pytania współczesnego lidera:

- skąd naprawdę bierze się wpływ – i dlaczego nie zawsze idzie w parze z formalną pozycją,
- dlaczego inteligentni i doświadczeni menedżerowie podejmują nieracjonalne decyzje,
- jak rozpoznawać i neutralizować gry psychologiczne oraz manipulacje w organizacjach,
- gdzie przebiega granica między skutecznym wpływem a nadużyciem władzy,
- jak świadomie projektować własny styl oddziaływania na ludzi i systemy.

Zajęcia prowadzone są w formie:

- wykładów problemowych,
- analizy studiów przypadków z praktyki biznesowej,
- ćwiczeń diagnostycznych i symulacyjnych,
- moderowanych dyskusji menedżerskich,
- pogłębionej autorefleksji opartej na doświadczeniach uczestników.

Wystąpienia publiczne / Hybrydowa komunikacja lidera - moduł online (16 godz.)

Skuteczny lider to skuteczny mówca. Hybrydowa Komunikacja Lidera to sprawdzone techniki przygotowania i dostarczenia skutecznego przekazu – w wirtualnym i realnym świecie – który trafia do mózgu odbiorcy i wpływa na jego decyzje. Hybrydowe i wirtualne środowisko pracy to niesamowite pole do wyróżnienia i zwiększonej efektywności. Każde spotkanie to szansa, by idea została zauważona, zapamiętana i wzbudziła zaangażowanie.

Po zakończeniu modułu uczestnik będzie potrafił:

- efektywnie przygotować się do publicznej wypowiedzi,
- wzbudzać i utrzymać zainteresowanie i motywację odbiorców – przez 45 minut i przez 4 godziny,
- korzystać z pomocy wizualnych,
- przekonać do swoich racji i zainspirować publiczność.

Negocjacje w biznesie (16 godz.)

Negocjacje w biznesie to szeroki obszar zagadnień, który można analizować z punktu widzenia teorii interakcji, czy modelu procesu komunikowania. W każdym z tych podejść pojawiają się standardowe zagadnienia, czyli wybór stylów negocjowania, proces i fazy prowadzenia rozmów, manipulacje i chwyty stosowane w trakcie rozmów, ogólne strategie postępowania w negocjacjach, zdolności i umiejętności negocjacyjne. W trakcie zajęć wszystkie te zagadnienia omawiane są nie tylko na poziomie wiedzy teoretycznej, ale nacisk położony jest na zdobywanie umiejętności praktycznych poprzez uczestnictwo w licznych grach i ćwiczeniach negocjacyjnych.

Aktywny udział w zajęciach będzie dla uczestników okazją do:

- opracowania silnych i słabych stron procesu negocjacji biznesowych,
- zrozumienia procesu percepcji partnera, siebie i sytuacji negocjacyjnej,
- tworzenia strategii negocjowania,
- planowania zadań negocjacyjnych,
- wdrażania podstawowych praw negocjacji,
- zaznajomienia się z technikami negocjacji,
- opanowania umiejętności redukowania napięcia w trakcie rozmów i przełamania impasu,
- diagnozowania swoich osobistych umiejętności i predyspozycji do prowadzenia negocjacji,
- radzenia sobie w sytuacjach kryzysów negocjacyjnych,
- poszerzenia wiedzy o aspekty psychologii negocjacji.

OTOCZENIE BIZNESOWE (48h)

Otoczenie prawne (16 godz.)

Zajęcia umożliwiają uczestnikom rozumienie głównych zasad i prawidłowości funkcjonowania biznesu w otoczeniu prawnych uwarunkowań prowadzenia działalności gospodarczej. Uczestnicy poznają zasady

podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej oraz zawierania i wykonywania umów w obrocie gospodarczym. W wyniku aktywnego udziału w zajęciach, uczestnicy będą potrafili:

- krytycznie oceniać otoczenie prawno-biznesowe, w którym funkcjonuje firma
- dokonać analizy praw i obowiązków wynikających z umowy cywilnoprawnej
- dokonać prawidłowego względem potrzeb i kosztów wyboru zabezpieczenia umowy
- wskazać zagrożenia kolizji działań organizacji z regulacjami obowiązującymi w poszczególnych gałęziach prawa
- zidentyfikować prawne ryzyka wewnętrzne
- przygotować opis i zgromadzić dokumentację zaistniałej sytuacji faktycznej lub prawnej w celu dokonania oceny ryzyka oraz uwarunkowań prawnych
- podjąć profesjonalny dialog z wewnętrznym działem prawnym oraz zewnętrzną kancelarią.

Otoczenie ekonomiczne (16 godz.)

Skuteczne prowadzenie firmy jest uzależnione od prawidłowego zrozumienia czynników mikro- i makroekonomicznych. Zajęcia mają na celu kształtowanie u uczestników orientacji w zakresie podstawowych współczesnych ekonomicznych problemów globalnych i ich korelacji z prowadzeniem działalności gospodarczej, a także umiejętności formułowania samodzielnych opinii na ten temat. Po jego zakończeniu uczestnicy będą potrafili:

- przeprowadzać analizy biznesowe z perspektywy mikroekonomicznej i makroekonomicznej,
- zrozumieć współczesne problemy ekonomiczne i ich wpływ na prowadzenie działalności gospodarczej,
- analizować i szacować popyt rynku na towary i usługi.

Polska na rynku globalnym - aspekty biznesowe (16 godz.)

Istotą prowadzonego przedmiotu jest pokazanie skomplikowanego otoczenia międzynarodowego polskiego biznesu z uwzględnieniem aspektów „twardych”, takich jak np. relacje handlowe i inwestycyjne pomiędzy gospodarką Polski, branżami, pojedynczymi firmami, oraz „miękkich”, koncentrujących się na uwarunkowaniach kultury biznesu międzynarodowego, niezwykle ważnych z punktu widzenia skutecznego funkcjonowania polskiej firmy w otoczeniu firm i klientów zagranicznych. Dzięki warsztatom z doświadczonym byłym polskim dyplomatą gospodarczym uczestnicy będą mieli szansę poznania licznych przykładów z prawdziwej praktyki biznesu międzynarodowego oraz możliwość analizy własnych, firmowych doświadczeń biznesowych. Po ukończeniu modułu uczestnicy:

- będą identyfikować kompleks zewnętrznych uwarunkowań biznesowych dla swojej firmy/instytucji
- dowiedzą się, jak skutecznie i asertywnie nawiązywać kontakty biznesowe z partnerami zagranicznymi
- dowiedzą się, gdzie szukać pomocy państwa przy pojawieniu się ewentualnych kłopotów
- poznają wartościowe źródła informacyjne przydatne do przygotowania ekspansji zagranicznej swojej firmy.

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

HUMAN RESOURCES (32h)

Wspieranie biznesu poprzez spójne procesy w obszarze HR — od onboardingu do offboardingu (16 godz.)
Spójność procesów związanych z kierowaniem ludźmi stanowi istotny element sprawnego funkcjonowania organizacji. Procesy HR – obejmujące zarówno wdrażanie pracowników, ich rozwój, jak i zakończenie współpracy – wpływają na efektywność operacyjną, jakość komunikacji oraz stabilność zespołów. Z perspektywy menedżerskiej zrozumienie logiki i znaczenia tych procesów pozwala lepiej współpracować z działem HR oraz świadomie uwzględniać aspekty personalne w decyzjach biznesowych. Po zakończeniu modułu uczestnicy będą mogli:

- rozumieć znaczenie kluczowych procesów HR w funkcjonowaniu organizacji,
- identyfikować podstawowe elementy cyklu życia pracownika w firmie,
- dostrzegać potencjalne konsekwencje biznesowe niespójnych lub niejasnych procesów personalnych,
- lepiej interpretować działania i narzędzia stosowane w obszarze HR,
- prowadzić bardziej świadomy dialog z działem HR i innymi interesariuszami,
- uwzględniać perspektywę procesów HR w analizie sytuacji organizacyjnych,
- rozumieć powiązania pomiędzy procesami personalnymi a efektywnością operacyjną,
- korzystać z dobrych praktyk omawianych w trakcie zajęć w różnych kontekstach organizacyjnych.

Budowanie zespołu pracowniczego i przywództwo (16 godz).
Budowanie silnego i zgranego zespołu oraz rozwijanie efektywnego przywództwa są kluczowymi elementami w osiąganiu sukcesu organizacji. W ramach tego modułu uczestnicy będą zgłębiać różnorodne aspekty budowania zespołu, rozpoznawania i rozwiązywania konfliktów oraz rozwijania umiejętności przywódczych. Poprzez zrozumienie etapów rozwoju zespołu, analizę różnorodności, maksymalizację potencjału kapitału ludzkiego oraz poznanie różnych stylów przywództwa, uczestnicy będą wyposażeni w narzędzia niezbędne do skutecznego zarządzania ludźmi. Po ukończeniu kursu będą potrafili:

- rozumieć etapy budowania i rozwoju zespołu oraz zależności zachowań lidera zespołu na poszczególnych jego etapach,
- rozpoznać dysfunkcję i negatywne zjawiska w zespole oraz przeciwdziałać im,
- rozumieć i wiedzieć, jak wykorzystać oraz rozpoznać różnorodność w budowaniu zespołu,
- maksymalizować i rozumieć potencjał kapitału ludzkiego w zespole,
- poznać i zrozumieć rolę współczesnego lidera i znaczenie przewodzenia jako "koła napędowego" całej organizacji i jej biznesu,
- rozpoznać w sobie i dokonać autoanalizy współczesnego lidera,
- rozpoznawać różne style kierowania ludźmi, oraz będą wiedzieć jak wykorzystać je efektywnie w rozwoju zespołu,
- poznać wyzwania przywództwa w kontekście świata BANI.

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

MARKETING I SPRZEDAŻ (48h)

Rozumienie i kontrola myślenia twórczego w marketingu (16 godz.)

Innowacyjne podejście do problemu kreatywności.
Czym naprawdę jest kreatywność? Jak ją oswoić i aktywować?
Jakie są jej rzeczywiste zastosowania w praktyce? Jaki jest związek między kreatywnością a zyskiem?
Kreatywnością a pozycją zawodową? Jak zarządzać kreatywnością w procesie marketingowym?
Jakie problemy może powodować jej nadmiar lub jej brak? Jak uczynić z niej precyzyjne narzędzie, a nie obiekt zachwytów?

- dlaczego i jak należy kontrolować kreatywność w marketingu,
- kreatywne rozwiązanie jako obiektywna miara tego, ile to za dużo,
- metoda oceny pomysłów,
- umiejętność bycia kreatywnym na żądanie,
- zrozumienie procesu i jego przebiegu.

Zarządzanie marketingiem - strategie i trendy (16 godz.)

Strategia marketingowa wyznacza cele, pozwala określić pozycję na rynku, jest kompasem dla rozwoju przedsiębiorstwa. Firmy orientując się klientocentrycznie skutecznie budują przewagę na rynkach. Mamy na to dowody - raport McKinsey wykazał w 2019 roku, że przedsiębiorstwa inwestujące w działalność marketingową przynoszą nawet 25% większe zwroty dla akcjonariuszy. Światowe badania pokazują także, że 81% szefów firm postrzega marketing jako kluczowy czynnik wzrostu rozwoju organizacji. Jednocześnie 70% z nich nie wierzy, że zajmuje on w firmie właściwe miejsce i odgrywa w niej odpowiednią rolę.
Podczas zajęć poruszone zostaną następujące zagadnienia, które pozwolą zrozumieć strategiczną rolę marketingu:

- klientocentryzm jako orientacja rynkowa XXI wieku,
- cele marketingu strategicznego - od wzrostu wartości firmy po employer branding,
- marketing wartości - tworzenie propozycji wartości źródłem przewagi rynkowej,
- budowanie ścieżki klienta w oparciu o lejek marketingowy (zasada AIDA),
- budowanie skutecznych systemów informacji marketingowej wspierających podejmowanie kluczowych decyzji,
- wskaźniki marketingowe - jak monitorować skuteczność działań marketingowych w oparciu o dane
- przegląd najważniejszych współczesnych trendów marketingowych: digital marketing, content marketing, AI sztuczna inteligencja w marketingu.

Po zakończeniu modułu uczestnicy nabędą:

- rozwinięte zrozumienie roli marketingu strategicznego,
- umiejętność stosowania klientocentrycznego podejścia,
- kompetencje w zakresie tworzenia strategii marketingowej,

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

- zdolność do monitorowania skuteczności działań marketingowych,
- wiedzę na temat współczesnych tredów marketingowych,
- praktyczne doświadczenie poprzez studia przypadków i ćwiczenia.

Zarządzanie sprzedażą - kluczowe aspekty (16 godz.)

Szkolenie jest skierowane do menedżerów, którzy chcą budować skuteczny, powtarzalny i etyczny proces sprzedaży oparty na wartości, a nie presji cenowej. Uczestnicy poznają kluczowe elementy nowoczesnej sprzedaży doradczej oraz dowiedzą się, jak wspierać handlowców w prowadzeniu rozmów z klientami – od diagnozy potrzeb, przez prezentowanie wartości, aż po skuteczne domykanie sprzedaży. Program pokazuje, jak eliminować najczęstsze błędy sprzedażowe w zespołach, pracować z obiekcjami oraz rozwijać kompetencje handlowe w sposób, który realnie przekłada się na wyniki i jakość relacji z klientami.

ZARZĄDZANIE (80h)

Zarządzanie projektami (32 godz.)

Zarządzanie projektami stało się dominującą metodą tworzenia i wdrażania innowacji. Dzisiaj możemy wyróżnić klasyczne zarządzanie kaskadowe, modne ostatnio zwinne, optymalizacyjne, które umieściło się w swojej niszy i eksploracyjne (discovery), które staje się dopiero trendem.
Zajęcia przybliżą, wskażą różnicę oraz silne i słabe strony. Porozmawiamy o tym, w jakich sytuacjach i w jaki sposób je stosować, aby przyczynić się do sukcesu organizacji. Zajmiemy się również tym, w jaki sposób projekty poprawiają strategiczną kondycję organizacji. Po ukończeniu modułu uczestnicy będą potrafili:

- dobrać właściwe podejście zarządzania projektami do sytuacji i problemu,
- na poziomie portfela inicjować i nadzorować projekty,
- wspierać kierowników i zespoły projektowe.

Zarządzanie zmianą (16 godz.)

Zmiana to stała część życia każdej organizacji. Często postrzegana jednak - zarówno przez pracowników, jak i liderów - jako niebezpieczeństwo lub wręcz zagrożenie. Nie musi jednak tak być. Warto zmianę zaplanować, przygotować się do niej i nabyć umiejętności, które pozwolą sprawnie ją przeprowadzić, tak by stała się szansą na lepsze funkcjonowanie całej organizacji w zmieniającym się coraz szybciej otoczeniu. Zajęcia w obszarze zarządzania zmianą pozwolą lepiej zrozumieć reguły rządzące wprowadzaniem zmian w organizacji oraz wyeliminować potencjalne zagrożenia związanej z jej wdrażaniem. Udział w zajęciach będzie dla uczestników okazją do:

- poznania i zrozumienia procesu zmiany
- określenia postaw pracowników w procesie zmiany i przeprowadzenia ich przez niego,
- nauki tworzenia efektywnych komunikatów w procesie wprowadzania zmian w organizacji,
- zrozumienia przyczyn oporu wobec zmiany i poznania sposobów na jego przełamywanie,
- znalezienia sposobów motywacji pracowników do wprowadzania zmian,
- poznanie swoich zasobów w zmianie i osobistego jej postrzegania.

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

ESG - zrównoważony rozwój w biznesie (16h)

Moduł zrównoważony rozwój i ESG na studiach MBA koncentruje się na kształtowaniu świadomości i umiejętności związanych z integrowaniem aspektów ekologicznych, społecznych i zarządczych w strategie biznesowe. Uczestnicy będą zgłębiać idee zrównoważonego rozwoju oraz zagadnienia związane z ESG, aby zrozumieć ich znaczenie dla biznesu i społeczeństwa. Po ukończeniu modułu uczestnicy będą:

- rozumieć znaczenie zrównoważonego rozwoju oraz kluczowe kwestie związane z ESG (Environmental, Social, Governance),
- rozpoznawać obszary wpływu działań biznesowych na środowisko naturalne, społeczeństwo i struktury zarządcze i odwrotnie,
- rozumieć strategie zrównoważonego rozwoju dla organizacji i integrować aspekty ESG w procesy decyzyjne organizacji,
- rozumieć efektywnie komunikowanie się z interesariuszami w zakresie zrównoważonego rozwoju i działań zgodnych z zasadami ESG.

Zarządzanie wiedzą w organizacji (16h)

Zajęcia z zakresu zarządzania wiedzą w organizacji mają na celu rozwój praktycznych kompetencji menedżerskich związanych z wykorzystaniem koncepcji i narzędzi Knowledge Management w nowoczesnych organizacjach. Program koncentruje się na efektywnym pozyskiwaniu, transferze oraz trwałym utrwalaniu wiedzy jako kluczowego zasobu strategicznego. Uczestnicy nabywają umiejętność oceny dojrzałości organizacji w obszarze KM, projektowania spójnej strategii zarządzania wiedzą oraz wdrażania i doskonalenia rozwiązań w oparciu o rzeczywiste studia przypadków. Interaktywna, warsztatowa formuła zajęć sprzyja pogłębionej analizie problemów biznesowych, wymianie doświadczeń kadry menedżerskiej oraz budowaniu relacji networkingowych, a złożone zagadnienia prezentowane są w klarowny i decyzyjny sposób, odpowiadający potrzebom liderów.

FINANSE (48h)

Źródła finansowania (16 godz.)

Celem bloku jest omówienie technik i sposobów pozyskiwania kapitału na działalność gospodarczą. W ramach poruszanych zagadnień szczególną rolę odgrywa przekazanie wiedzy i kształtowanie umiejętności związanych z mechanizmami ekonomicznymi i organizacyjnymi pozyskiwania źródeł finansowania z uwzględnieniem aktualnych uwarunkowań prawnych. Efektem modułu jest podniesienie kompetencji w zakresie:

- specyfiki źródeł finansowania działalności gospodarczej,
- analizy i oceny kosztów pozyskiwania kapitału,
- doboru odpowiednich źródeł do realizacji projektów biznesowych.

Analiza wiarygodności finansowej (8 godz.)

Moduł poświęcony jest przekazaniu wiedzy dotyczącej narzędzi umożliwiających ocenę sytuacji finansowej przedsiębiorstwa. W ramach zajęć szczególnie istotną kwestią jest rozwój umiejętności

wykorzystania poznanych narzędzi poprzez studia przypadków i analizę rzeczywistych przedsięwzięć biznesowych. W związku z tym celem zajęć jest przede wszystkim uzyskanie następujących efektów:

- pozyskania informacji finansowych z otoczenia biznesowego,
- wykorzystania narzędzi do oceny wiarygodności finansowej przedsiębiorstwa,
- opanowania praktycznego sposobu czytania informacji finansowych,
- nabycia umiejętności podejmowania decyzji przekładających się na wyniki finansowe.

Ocena efektywności inwestycji (8 godz.)

Decyzje finansowe w zakresie inwestycji podejmowane w organizacjach biznesowych przez liderów na kierowniczych stanowiskach w istotny sposób przekładają się na działanie całego przedsiębiorstwa. Celem modułu jest zatem przekazanie wiedzy i kształtowanie umiejętności przydatnych w analizie i ocenie planowanych oraz realizowanych projektów inwestycyjnych,. Po zakończeniu modułu uczestnicy będą potrafili:

- oceniać stopę zwrotu i analizować ryzyko związane z rozwojem przedsiębiorstwa i podejmowaniem decyzji inwestycyjnych,
- określić wpływ podejmowanych decyzji na wartość firmy.

Rachunkowość zarządcza (16 godz.)

Kurs rozwija umiejętności rachunkowości zarządczej i analizy finansowej poprzez komputerową symulację rynku, w której zespoły uczestników prowadzą konkurujące ze sobą przedsiębiorstwa. Decyzje strategiczne i operacyjne (produkt, cena, marketing, sprzedaż, produkcja, inwestycje i finansowanie) są podejmowane w kolejnych etapach symulacji, a ich skutki są obserwowane w rachunku zysków i strat, rachunku przepływów pieniężnych oraz bilansie w ujęciu wielookresowym.
Model symulacji uwzględnia reakcje konkurencji i element ryzyka rynkowego, dzięki czemu uczestnicy uczą się zarządzania wynikiem, płynnością i majątkiem w warunkach niepewności oraz presji konkurencyjnej.

Po zakończeniu kursu uczestnik potrafi:

- interpretować podstawowe raporty zarządcze i sprawozdania finansowe (RZiS, Cash Flow, Bilans) oraz powiązania między nimi
- budować budżety sprzedaży i produkcji oraz oceniać ich konsekwencje dla rentowności, płynności i kapitału obrotowego
- stosować narzędzia rachunkowości zarządczej: marża pokrycia, analiza progu rentowności, analiza odchyleń, analiza rentowności produktów i kanałów
- projektować decyzje cenowe i inwestycyjne (CAPEX/OPEX) w perspektywie wartości i ograniczeń płynności
- wykorzystywać pulpity menedżerskie (dasboardy) i KPI do podejmowania decyzji oraz komunikacji wyników w zespole

STRATEGIA (32h)

Zarządzanie strategiczne (16 godz.)

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.

Podczas dwudniowego spotkania, uczestnicy dokonują przeglądu wiodących rozwiązań oraz trendów rynkowych w zakresie strategii przedsiębiorstw. Dodatkowo, zostaną omówione wymogi stawiane przed nowoczesnym menadżerem. Zarówno w zakresie tworzenia odważnych i adekwatnych do możliwości strategii rozwoju jak i ich wdrożenia. Jednak najważniejsza jest wspólna wymiana doświadczeń i inspiracji. Dzięki temu można wypracować zastosowanie poznanych sposobów i metod we własnych organizacjach, wpasowując je do przyszłych strategii. Zajęcia mają charakter interaktywny, z elementami wykładu.

Symulacja biznesowa Marketplace (16 godz.)

W ramach modułu zarządzanie strategiczne uczestnicy biorą udział w symulacji biznesowej **Marketplace**, w której ćwiczą podejmowanie decyzji strategicznych i taktycznych podobnych do tych, jakie muszą zostać podjęte przez zarząd każdej nowo utworzonej firmy. Największym wyzwaniem w symulacji – tak jak i w świecie rzeczywistym – jest konieczność ciągłego dokonywania wielu decyzji strategicznych i taktycznych równocześnie. Nie można odkładać decyzji o kampanii reklamowej czy rozwoju rynku w czasie podejmowania decyzji o wysokości ceny produktu. Uczestnik staje przed problemem współzależności różnych wariantów decyzyjnych związanych z daną tematyką, ale również zależności pomiędzy różnymi obszarami decyzyjnymi. Procesowi decyzyjnemu zawsze towarzyszy niepewność. Uczestnicy przekonają się jednak, że można zredukować tę niepewność, opierając swoje decyzje na wynikach decyzji z przeszłości. Mogą potem dokonywać korekt, tak więc można sobie radzić nawet z wątpliwymi decyzjami (sądy dotyczące przeszłości są o wiele trafniejsze niż przewidywania). Materiały szkoleniowe dostępne w trakcie zajęć będą zawierały poglądowe omówienie decyzji, które uczestnik musi podjąć. Pomogą one zapoznać się z każdym etapem procesu decyzyjnego.

MODUŁY DO WYBORU (32 godz.)

Decyzję podejmują uczestnicy danej edycji. W programie studiów znajdą się te dwa moduły, które zostaną wybrane większością głosów w grupie. Do wyboru są następujące zajęcia:

1. **Efektywność osobista lidera**
2. **Design Thinking**
3. **Empowerment dla innowacyjności**
4. **Data Storytelling**

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między Uniwersytetem WSB Merito w Wrocławiu, studentem zawierana jest w formie pisemnej.