

Program szkolenia „Doradca biznesowy”

Lp.	Program modułu	Liczba godzin
1	ZARZĄDZANIE	32
1.1	<p>Metodyka pracy doradcy biznesowego</p> <p>Moduł integracyjno-organizacyjny</p> <ul style="list-style-type: none"> • Przedstawienie trenera i uczestników szkolenia • Przedstawienie celu i programu szkolenia oraz oczekiwań uczestników • Zawarcie kontraktu • Poznanie się uczestników (integracja grupy) <p>Przygotowanie i realizacja doradztwa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analiza sytuacji, problemów i ograniczeń klienta, analiza możliwości przeprowadzenia doradztwa, określenie możliwych do osiągnięcia celów • Definiowanie i negocjowanie procesu i celów doradztwa, niebiurokratyczny kontrakt z klientem • Nawiązanie i podtrzymanie relacji doradczej <p>Praca z grupą inicjatywną/zespołem PES – budowanie zespołu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Charakterystyka efektywnych zespołów • Fazy rozwoju grupy (dynamika grupy) – rola doradcy w poszczególnych fazach • Role grupowe – mocne i słabe strony poszczególnych ról pełnionych przez członków zespołu – jak pracować z różnymi ludźmi? • Efektywna komunikacja jako podstawa budowania zespołu • Menedżer vs. Lider PS w zespole 	
1.2	<p>Budowanie Strategii działalności PS</p> <p>Podstawy zarządzania strategicznego w PS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rola strategii - w rozwoju PES i PS • Strategia, źródła i determinanty sukcesu – konkurencyjność strategii „wyłaniających się” • Alternatywne modele strategiczne – projektowanie i modyfikowanie strategii • Implementacja strategii w zespole PES i PS • Planowanie wsparcia - informacje, zasoby, wiedza • Czynniki efektywności we wdrażaniu strategii i realizacji planów operacyjnych • Benchmarking wyników, najlepsze praktyki i poszukiwanie pomysłów • Rola menedżera i liderów w kreowaniu rozwoju PS <p>Prawne aspekty wdrożenia strategii rozwoju</p> <ul style="list-style-type: none"> • optymalizacja formy prawnej PES i PS • podstawowe obowiązki przedsiębiorstw społecznych w aspekcie regulacji prawnych • przekształcania PES w PS - aspekty prawne i organizacyjne 	
1.3	<p>Zarządzanie finansowe w przedsiębiorstwie społecznym</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zarządzanie koszty w przedsiębiorstwie społecznym, w tym w szczególności: ujęcie kosztów dla celów ewidencyjnych, kalkulacyjnych oraz zarządczych • Rachunek kosztów w działalności produkcyjnej, handlowej oraz usługowej, w szczególności dla celów kalkulacji cen zbytu produktów, usług i towarów. • Zarządzanie płynnością finansową w przedsiębiorstwie społecznym, w tym w szczególności: źródła informacji księgowej do pomiaru płynności finansowej, pomiar i monitorowanie płynności finansowej • Przepływy pieniężne w przedsiębiorstwie społecznym w kontekście wpływu operacji gospodarczych na wypłacalność przedsiębiorstwa społecznego 	
1.4	<p>Zarządzanie zmianą</p> <p>Zarządzanie zmianą – aspekty metodologiczno-organizacyjne</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan naprawczy i restrukturyzacyjny PS jako podstawa zmian; • Metody i fazy wprowadzania zmian w PES; • Współpraca z interesariuszami; <p>Zarządzanie zmianą – aspekty psychologiczne</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rozumienie zmiany, jej etapów i typowych reakcji pracowników PES; • Zasady wprowadzania zmiany – proces wdrażania zmiany w PES; • Zasady komunikacji we wprowadzaniu zmian (komunikacja w sytuacji zmian – co pomaga, co utrudnia?) oraz przekonywania do zmiany; 	



	<ul style="list-style-type: none"> • Rola i zadania doradców biznesowych we wdrażaniu zmiany; • Rola menadżera PES we wprowadzaniu zmian (styl kierowania sprzyjający wdrażaniu zmiany, komunikowanie zmiany, wspieranie innowacyjności, łagodzenie konfliktów i napięć); 	
2	MARKETING	24
2.1	Marketing mix.	
	<ul style="list-style-type: none"> • Podstawy komunikacji w tym: schemat komunikacji, model percepcji, zasady wywierania wpływu, psycholingwistyka, etc. • Marketing-mix i jego rola w działalności PES. • Misja i wizja. • Cele, ustalanie celów, strategia. • Grupa docelowa - metody analizy, segmentacji i opisu grup docelowych (persona, mapa empatii). Insights konsumenckie - wejście w prawdziwe potrzeby klienta. • Budowanie marki. 	
2.2	Analiza rynku	
	<ul style="list-style-type: none"> • Badania marketingowe (metody, obszary, techniki) • Pozyskiwanie danych wtórnych z rynku. • Proces prowadzenia badań marketingowych. • Analizy rynku, analiza SWOT • Narzędzia badawcze - wywiady, ankiety, desk research, etc. 	
2.3	Narzędzia marketingowe dla PS (niskokosztowe)	
	<p>Proces tworzenia kampanii promocyjnej - brief</p> <p>Katalog narzędzi - poradnik (DIY):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identyfikacja wizualna. • Jak przygotować linię kreatywną - ulotka, plakat etc. - techniki, reguły, zasady! • Strona www. • Działania PR. • Działania w Internecie (display, adwords, mailingi). • Content Marketing. • Social media. • Prezentacja. • Nietypowe formy promocyjne. • Video marketing 	
3	INSTRUMENTY FINANSOWE DLA PRZEDSIĘBIORSTW SPOŁECZNYCH	24
3.1	Dostępne źródła finansowania dla przedsiębiorstw społecznych	
	<ul style="list-style-type: none"> • Źródła bezwrotne finansowania działalności przedsiębiorstw społecznych z uwzględnieniem rodzaju finansowanego przedsięwzięcia (projekty miękkie i twarde) • Źródła zwrotne finansowania działalności przedsiębiorstw społecznych z uwzględnieniem rodzaju finansowanego przedsięwzięcia (projekt na rozpoczęcie działalności, rozwojowy, restrukturyzacyjny) • Warunki i zasady korzystania z bezwrotnych źródeł finansowania przedsiębiorstw społecznych z uwzględnieniem rodzaju finansowanego przedsięwzięcia (projekty miękkie i twarde) • Warunki i zasady korzystania z zwrotnych źródeł finansowania przedsiębiorstw społecznych z uwzględnieniem rodzaju finansowanego przedsięwzięcia (projekt na rozpoczęcie działalności, rozwojowy, restrukturyzacyjny) • Tworzenie montażu finansowych ze względu na zróżnicowany koszt kapitałów finansujących planowane przedsięwzięcie 	
3.2	Instrumenty zwrotne dla przedsiębiorstw społecznych	
	<ul style="list-style-type: none"> • Rodzaje instrumentów finansowania zwrotnego dla przedsiębiorstw społecznych, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek dla PES • Procedury aplikacyjne przy pozyskiwaniu pożyczki czy kredytu z uwzględnieniem kosztów ich pozyskania oraz obsługi • Istota oraz rodzaje poręczeń kredytowych/pożyczkowych z uwzględnieniem możliwości ich wniesienia przez przedsiębiorstwo społeczne • Ocena zdolności pożyczkowej przedsiębiorstwa społecznego od strony formalno-prawnej oraz finansowej 	



3.3	Wybrane aspekty prawne w zakresie finansowania dłużnego	32
	<ul style="list-style-type: none"> Umowy kredytowe/pożyczkowe – rodzaje umów, podstawy prawne zawierania umów pożyczkowych i kredytowych, prawa i obowiązki stron, zasady i skutki odstąpienia od umowy, wykonywanie zobowiązań wynikających z umowy Zabezpieczenie umów – rodzaje zabezpieczeń stosowanych w umowach kredytowych i pożyczkowych, formy ochrony prawnej interesów wierzyciela i dłużnika, zasady postępowań egzekucyjnych, prawa dłużnika w postępowaniu egzekucyjnym, restrukturyzacja długu oraz zasady i formy zawierania ugód. 	
4	Biznes plan	32
4.1	Wprowadzenie do biznes planu	
	<ul style="list-style-type: none"> Modelowanie biznesowe – tworzenie modeli biznesowych PS, ocena wiarygodności i wykonalności modelu biznesowego, uproszczone (narracyjne) studium wykonalności PS, Planowanie biznesowe. Istota biznes planu Ocena zasadności opracowania biznes planu, zasady opracowania i części składowe biznes planu, o czym pamiętać, przygotowując biznes plan Analiza i ocena biznes planów, dostarczanych do OWES 	
4.2	Plan inwestycyjny	
	<ul style="list-style-type: none"> Majątek przedsiębiorstwa społecznego jako źródło potencjału wytwórczego Koszty majątku przedsiębiorstwa ze szczególnym uwzględnieniem kosztów jego zużycia, kosztów odtworzeniowych oraz kosztów eksploatacyjnych Analiza posiadanej zdolności wytwórczej przez przedsiębiorstwo społeczne ze szczególnym uwzględnieniem wydajności i produktywności Ocena potrzeb inwestycyjnych przy planowanych przedsięwzięciach przedsiębiorstwa społecznego z punktu widzenia uzasadnienia techniczno-ekonomicznego 	
4.3	Plan sprzedaży i kosztów	
	<ul style="list-style-type: none"> Kształtowanie struktury asortymentowej produktów/ towarów/usług w przedsiębiorstwie społecznym z punktu widzenia zapotrzebowania rynkowego oraz konkurencyjności Prognozowanie cen ze szczególnym uwzględnieniem analizy cen konkurencji oraz weryfikacji w oparciu o koszty bezpośrednio wpływające na poziom tych cen Prognozowanie przychodów w oparciu o planowaną strukturę asortymentową sprzedaży, założenia celów operacyjnych i strategicznych oraz możliwości sprzedażowo-wytwórczych przedsiębiorstwa społecznego Prognozowanie kosztów ze względu na ekonomiczne powiązanie z planowaną wielkością sprzedaży 	
4.4	Plan wyników	
	<ul style="list-style-type: none"> Rachunek zysków i strat jako źródło informacji o rentowności działalności przedsiębiorstwa społecznego (identyfikacja źródeł wyniku finansowego na poziomie działalności operacyjnej i gospodarczej) Istota rachunku zysków i strat, ze szczególnym uwzględnieniem funkcji sprawozdawczej i planistycznej Prognoza rachunku zysków i strat metodą pro forma Ocena rentowności sprzedaży na poziomie działalności operacyjnej i gospodarczej 	
4.4	Ocena założeń biznesowych	
	<p>Kryteria oceny BP</p> <ul style="list-style-type: none"> Formalna i merytoryczna ocena BP, ocena rzetelności przyjętych założeń, ocena wiarygodności danych i prognoz kosztowych i przychodowych, wiarygodność danych nt. rynku i konkurencji, ocena płynności finansowej i trwałości PS Ocena wiarygodności biznes planu <p>Weryfikacja wykonalności biznesowej</p> <ul style="list-style-type: none"> Analiza niezbędnych zasobów materialnych i finansowych, analiza kompetencji i deficytów kierownictwa oraz personelu Analiza konkurencyjności przedsiębiorstwa i produktu Testowanie i elastyczność BP, plan B 	
5	Wprowadzenie do problematyki zamówień publicznych	8
	<p>Wprowadzenie do problematyki zamówień publicznych (podstawowe przepisy prawne):</p> <ul style="list-style-type: none"> Prawo zamówień publicznych w systemie finansów publicznych, Prawo zamówień publicznych a Kodeks cywilny, w tym zmiana obliczania terminu kończącego się w sobotę, przegląd przepisów innych ustaw niezbędnych do stosowania Prawa zamówień publicznych, 	



	<ul style="list-style-type: none"> wspólnotowe regulacje zamówień publicznych. <p>Zakres przedmiotowy obowiązywania ustawy:</p> <ul style="list-style-type: none"> definicja zamówienia publicznego, progi kwotowe i związane z nimi procedury udzielania zamówień, zamówienia o charakterze mieszanym, zamówienia wyłączone spod rządów ustawy. <p>Zasady udzielania zamówień:</p> <ul style="list-style-type: none"> zachowanie uczciwej konkurencji oraz równe traktowanie wykonawców, bezzstronność i obiektywizm zamawiającego, jawność, pisemność, prowadzenie postępowania w języku polskim, traktowanie trybów przetargowych jako podstawowe. <p>Podstawowe informacje o klauzulach społecznych:</p> <ul style="list-style-type: none"> czym są klauzule społeczne, podstawy prawne stosowania klauzul społecznych, klauzule społeczne w praktyce, jak się przygotować do zastosowania klauzul społecznych, jak przeprowadzić postępowanie z klauzulami społecznymi, klauzula zastrzeżona, klauzula zatrudnieniowa, Inne. <p>Tryby postępowania o udzielenie zamówienia publicznego (rodzaje zamówień publicznych)</p> <p>a) Podstawowe tryby postępowań o zamówienia publiczne, które można stosować bez względu na wartość oraz rodzaj zamówienia:</p> <ul style="list-style-type: none"> przetarg nieograniczony, w tym regulacje dotyczące ogłoszeń, wadium, terminów składania ofert, przetarg ograniczony, w tym selekcja wykonawców, <p>b) Pozostałe tryby postępowań, które można stosować wyłącznie w uzasadnionych przypadkach:</p> <ul style="list-style-type: none"> negocjacje z ogłoszeniem, negocjacje bez ogłoszenia, dialog konkurencyjny, zamówienie z wolnej ręki zapytanie o cenę, licytacja elektroniczna, partnerstwo innowacyjne – nowy tryb postępowania. <p>Zamówienia publiczne w praktyce:</p> <ul style="list-style-type: none"> przykłady dokumentacji postępowań z zastosowanymi klauzulami społecznymi. 	
6	Prezentacje profesjonalne	8
	<p>Efektywne przygotowanie i realizacja prezentacji</p> <ul style="list-style-type: none"> Zasady efektywnej prezentacji (zasady opracowania pokazu slajdów, etapy wystąpienie publicznego); Techniki podtrzymywania uwagi słuchaczy; Autoprezentacja; Komunikacja z odbiorcą i mowa ciała; <p>Prezentacja biznes planu</p> <ul style="list-style-type: none"> Kryteria oceny biznes planów; Prezentacja biznes planów przez uczestników; Informacje zwrotne od uczestników szkolenia; Informacje zwrotne od trenerów. 	
7	Przedsiębiorczość	8
	Gra symulacyjna – prowadzenie podmiotu ekonomii społecznej w formie menagerskiej gry decyzyjnej	
8	Egzamin końcowy	8
		144

