



Projekt Profesjonalny nauczyciel kształcenia zawodowego

współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego POKL

Priorytet III – Wysoka jakość systemu oświaty, Poddziałanie 3.3.2. Efektywny system kształcenia i doskonalenia nauczycieli.

MODUŁ I:	
Globalizacja jako tło nowoczesnej ekonomii i zarządzania małymi i średnimi przedsiębiorstwami	
CZAS TRWANIA MODUŁU	10 godzin wykładów
CELE OGÓLNE	Rozpoznawanie podstawowych pojęć i zależności związanych z globalizacją
CELE OPERACYJNE	<p>W wyniku zorganizowanego procesu kształcenia uczestnik studiów podyplomowych będzie potrafił:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ interpretować podstawowe pojęcia związane z procesami globalizacji, ▪ identyfikować główne problemy jakie pociąga za sobą globalizacja w wymiarze społecznym, ekonomicznym, ekologicznym, ▪ wskazać główne mechanizmy globalnego rynku produkcji, usług i wymiany handlowej ▪ identyfikować główne szanse i możliwości globalizacji w aspekcie ożywienia rynków, ▪ charakteryzować główne współzależności między rozwojem lokalnym, regionalnym, umiędzynarodowieniem i globalizacją, ▪ wskazywać uwarunkowania społeczno – ekonomiczne mające wpływ na małe i średnie przedsiębiorstwa w kontekście globalizacji, ▪ rozpoznawać główne strategie zarządzania przedsiębiorstw i uwarunkowania ich stosowania w dobie postępującej globalizacji i rosnącej siły korporacji międzynarodowych,
TREŚĆ MODUŁU	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> zmieniający się świat współczesnej ekonomii <input type="checkbox"/> globalizacja – definicje, pojęcia <input type="checkbox"/> główne problemy, zagrożenia oraz szanse związane z globalizacją- proponowane kierunki reform i usprawnień procesów globalizacji <input type="checkbox"/> podstawowe pojęcia związane z globalnym rynkiem produkcji, usług i wymiany handlowej <input type="checkbox"/> globalizacja demograficzno – społeczna a ekonomia <input type="checkbox"/> kulturowe uwarunkowania globalizacji, kultura konsumpcji





Projekt Profesjonalny nauczyciel kształcenia zawodowego

współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego POKL
Priorytet III – Wysoka jakość systemu oświaty, Poddziałanie 3.3.2. Efektywny system kształcenia i doskonalenia nauczycieli.

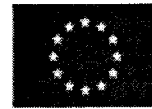
	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> globalizacja a bogactwa naturalne – relacje między krajami bogatymi a rozwijającymi się <input type="checkbox"/> globalizacja i globalny wymiar degradacji środowiska – w kierunku zrównoważonego rozwoju <input type="checkbox"/> rozwój lokalny i regionalny oraz proces jego programowania a procesy globalizacji <input type="checkbox"/> konkurencyjność gospodarek lokalnych i regionalnych <input type="checkbox"/> marketing terytorialny a inwestycje globalne <input type="checkbox"/> rodzaje metod analizy pozycji w sektorze i strategii konkurencyjnych <input type="checkbox"/> małe i średnie przedsiębiorstwa w globalnym łańcuchu wartości dodanej
METODY I FORMY SZKOLENIA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wykład informacyjny z prezentacją multimedialną dyskusja frontalna, ▪ forma pracy słuchaczy: zespołowa
MATERIAŁY SZKOLENIOWE DLA UCZESTNIKÓW	Uczestnicy studiów podyplomowych otrzymają zeszyt naukowy - materiały szkoleniowe prezentujące omawiane na zajęciach zagadnienia, wraz ze wskazaniem literatury mogącej stanowić uzupełnienie wiedzy w wyniku samodzielnego kształcenia.
LITERATURA	<ol style="list-style-type: none"> 1. W.Wosińska, <i>Oblicza globalizacji</i>, Smak Słowa, Sopot 2008. 2. J.Siglitz, <i>Wizja sprawiedliwej globalizacji</i>, PWN, Warszawa 2007. 3. A.Szymaniak (red.), <i>Globalizacja usług. Outsourcing, Offshoring i Shared Services Centres</i>, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008. 4. Georges S. Yip, <i>Strategia globalna</i>, PWE, Warszawa 2004. 5. J.Chądryński, A.Nowakowska, A.Przygodzki, <i>Region i jego rozwój w warunkach globalizacji</i>, CeDeWu, Warszawa 2007. 6. I.Pietrzyk, <i>Polityka regionalna Unii Europejskiej i regiony w państwach członkowskich</i>, PWN, Warszawa 2003. 7. M.Czerska, A.A.Szpitter, <i>Koncepcje zarządzania. Podręcznik akademicki</i>, CH. Beck, Warszawa 2010. 8. K.Krzysztofek, M.S.Szczepański, <i>Zrozumieć rozwój- od społeczeństw tradycyjnych do informacyjnych</i>, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2005. 9. A.Szromnik, <i>Marketing terytorialny</i>, Oficyna a Wolters Kluwer business, Kraków 2007.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MINISTERSTWO
EDUKACJI
NARODOWEJ**



**UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY**

Projekt Profesjonalny nauczyciel kształcenia zawodowego

współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego POKL
Priorytet III – Wysoka jakość systemu oświaty, Poddziałanie 3.3.2. Efektywny system kształcenia i doskonalenia nauczycieli .

	<ol style="list-style-type: none">10. Z.Strzelecki (red.), <i>Gospodarka regionalna i lokalna</i>, PWN, Warszawa 2008.11. G.Hamel, C.K.Prahalad, <i>Przewaga konkurencyjna jutra</i>, Business Press, Warszawa 1999.12. Z.Pierścionek, <i>Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa</i>, PWN, Warszawa 2003.13. M.Struzycki, <i>Zarządzanie przedsiębiorstwem</i>, Difin, Warszawa 2002.14. Z.Dworzecki, <i>Przedsiębiorstwo kooperujące</i>, Euro Expert, Warszawa 2002.15. K.Perechuda (red.), <i>Zarządzanie przedsiębiorstwem przyszłości. Koncepcje, modele, metody</i>, Placet, Warszawa 2000.
--	--





Projekt Profesjonalny nauczyciel kształcenia zawodowego

współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego POKL

Priorytet III – Wysoka jakość systemu oświaty, Poddziałanie 3.3.2. Efektywny system kształcenia i doskonalenia nauczycieli.

MODUŁ II:	
Koncepcje zarządzania we współczesnej gospodarce opartej na wiedzy	
CZAS TRWANIA MODUŁU	10 godzin wykładów
CELE OGÓLNE	Rozpoznawanie podstawowych koncepcji zarządzania we współczesnej gospodarce i wyjaśnienie wskazywanie obszarów ich zastosowań.
CELE OPERACYJNE	<p>W wyniku zorganizowanego procesu kształcenia uczestnik studiów podyplomowych będzie potrafił:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ interpretować i nazywać najbardziej popularne koncepcje zarządzania, ▪ identyfikować podstawowe założenia związane z koncepcjami zarządzania oraz wskazywać przyczyny ich powstawania i wymiary ich praktycznego zastosowania w tym przede wszystkim outsourcingu, wirtualnych organizacji, organizacji sieciowych, reengineering, benchmarking, Lean management. ▪ wyjaśniać mechanizm funkcjonowania gospodarki sieciowej oraz gospodarki opartej na wiedzy, ▪ wyjaśniać współzależności między koncepcjami zarządzania oraz metodami organizacji produkcji i świadczenia usług a wymiarem podnoszenia konkurencyjności przedsiębiorstw. ▪ charakteryzować działania strategiczne przedsiębiorstw, wynikające z zastosowania nowych koncepcji i identyfikować współzależności w przepływie ludzi, towarów i usług w wymiarze regionalnym, krajowym, międzynarodowym i globalnym, ▪ wskazywać przykłady sieci współpracy i współdziałania aktorów życia społeczno - gospodarczego w układach lokalnych, regionalnych, międzynarodowych i globalnych ▪ identyfikować główne czynniki innowacyjności organizacji w dobie gospodarki wiedzy
TREŚĆ MODUŁU	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Gospodarka oparta na wiedzy- definicje, założenia i przykłady <input type="checkbox"/> Sieciowy charakter powiązań i współpracy w gospodarce. Wymiary „Nowej ekonomii”





Projekt Profesjonalny nauczyciel kształcenia zawodowego

współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego POKL

Priorytet III – Wysoka jakość systemu oświaty, Poddziałanie 3.3.2. Efektywny system kształcenia i doskonalenia nauczycieli.

	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Elastyczność i procesowość współczesnych organizacji, zmiany i tendencje w kształtowaniu nowoczesnych struktur organizacyjnych <input type="checkbox"/> Organizacje wirtualne i organizacje uczące się <input type="checkbox"/> Zarządzanie wiedzą w organizacji <input type="checkbox"/> Zmiana w organizacji –zarządzanie zmianą organizacyjną, reengineering <input type="checkbox"/> Innowacja i proces innowacyjny- aktorzy sceny innowacji, metody wspierania innowacyjności w regionach. Miejsce i rola małych i średnich przedsiębiorstw w procesach innowacji <input type="checkbox"/> Outsourcing, Offshoring, Business Process Outsourcing i inne koncepcje związane z reorganizacją procesów organizacji i wyszczuplaniem organizacji <input type="checkbox"/> Współpraca przedsiębiorstw w łańcuchach dystrybucji- Supply Chain Management- zintegrowane łańcuchy dostaw <input type="checkbox"/> Wyszczuplanie organizacji – Lean management <input type="checkbox"/> Współpraca przedsiębiorstw w układach lokalnych i regionalnych- fenomen klastrów i uwarunkowania ich rozwoju w nowoczesnej gospodarce <input type="checkbox"/> Benchmarking – sztuka uczenia się od najlepszych- kierunki i zastosowanie w praktyce <input type="checkbox"/> Społeczna odpowiedzialność organizacji w dobie nowej, globalnej ekonomii.
<p>METODY I FORMY SZKOLENIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wykład informacyjny z prezentacją multimedialną ▪ dyskusja frontalna, ▪ forma pracy słuchaczy: zespołowa
<p>MATERIAŁY SZKOLENIOWE DLA UCZESTNIKÓW</p>	<p>Uczestnicy studiów podyplomowych otrzymają zeszyt naukowy - materiały szkoleniowe obejmujące wybrane zagadnienia z programu oraz studia przypadków.</p>



Projekt Profesjonalny nauczyciel kształcenia zawodowego

współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego POKL
Priorytet III – Wysoka jakość systemu oświaty, Poddziałanie 3.3.2. Efektywny system kształcenia i doskonalenia nauczycieli .

LITERATURA

1. M.Czerska, A.A.Szpitter, *Koncepcje zarządzania- podręcznik akademicki*, C.H.Beck, Warszawa 2010.
2. M.omanowska, M.Trocki (red.), *Przedsiębiorstwo partnerskie*, Difin, Warszawa 2002.
3. S.Duchniewicz (red.), *Metody organizacji i zarządzania*, Wydawnictwo Menadżerskie PTM, Warszawa 2005.
4. M.Torocki, *Outsourcing*, PWE, Warszawa 2001. A.Szumaniak (red.), *Globalizacja usług, Outsourcing, Offshoring, i Shared Services Centers*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
5. M.Christopher, *Logistyka i zarządzanie łańcuchem dostaw*, Polskie Centrum Doradztwa Logistycznego, Warszawa 2000.
6. S.Haag, P.Baltazan, A. Philips, *Business Driven Technology*, McGraw-Hill Irwin, New York 2008.
7. Ch.Fill , K.E.Fill , *Business to Business Marketing. Relationships, systems and communications*, Prentice Hall,, Harlow 2005.
8. S.Conway, F.Steward , *Managing and shaping innovation*, Oxford University Press, New York, 2009.
9. D.Smith, *Exploring Innovation*, The McGraw- Hill, Berkshire 2006
10. E.Skawińska, R.I.Zalewski, *Klastry biznesowe w rozwoju konkurencyjności i innowacyjności regionów*, PWE, Warszawa 2009
11. M.Götz, *Atrakcyjność klastra dla lokalizacji bezpośrednich inwestycji zagranicznych*, Instytut Zachodni, Poznań 2009
12. M.Gorynia, B.Jankowska, *Klastry a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa 2008.
13. S.Szultka, *Klastry. Innowacyjne wyzwanie dla Polski*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk, luty 2004, s. 11-12.
14. J.Bogdanienko, (red.), *Innowacyjność przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2004.
15. A.Sosnowska, S.Łobejko, *Małe i średnie polskie przedsiębiorstwa w Polsce w warunkach konkurencji: pozytyw i trudności w rozwoju*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2006
16. S.Pangsy- Kania, *Polityka innowacyjna państwa a narodowa strategia konkurencyjnego rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2007
17. J.adamczyk, *Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, PWE. Warszawa 2007.
18. M.Bernatt, *Spółeczna odpowiedzialność biznesu. Wymiar konstytucyjny i międzynarodowy*, Wydawnictwa Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa 2009.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



MINISTERSTWO
EDUKACJI
NARODOWEJ



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Projekt Profesjonalny nauczyciel kształcenia zawodowego

współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego POKL

Priorytet III – Wysoka jakość systemu oświaty, Poddziałanie 3.3.2. Efektywny system kształcenia i doskonalenia nauczycieli .



Biuro projektu: Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna im. prof. Szczepana A. Pieniązka
w Skierniewicach 96-100 Skierniewice. ul. Mazowiecka 1b pokój 002. tel. 46 8321287, 663-200-599,
e-mail pedagogika@wsehsk.home.pl. www.profesjonalnynauczyciel.eu



Projekt Profesjonalny nauczyciel kształcenia zawodowego

współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego POKL

Priorytet III – Wysoka jakość systemu oświaty, Poddziałanie 3.3.2. Efektywny system kształcenia i doskonalenia nauczycieli .

MODUŁ III:	
Kierunki ewolucji współczesnego marketingu. Nowoczesne technologie w zarządzaniu relacjami z klientami	
CZAS TRWANIA MODUŁU	10 godzin wykładów
CELE OGÓLNE	Identyfikowanie kierunków rozwoju współczesnego marketingu w różnych wymiarach jego stosowania.
CELE OPERACYJNE	<p>W wyniku zorganizowanego procesu kształcenia uczestnik studiów podyplomowych będzie potrafił:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wskazywać czym się charakteryzuje współczesna myśl marketingowa oraz wskazać różnice w stosunku do tradycyjnego marketingu w aspekcie podstawowych orientacji marketingowych ▪ Identyfikować składniki nowoczesnego marketingu mix. ▪ Identyfikować zasady i metody budowania długotrwałych relacji z klientami ▪ Rozpoznawać i wyjaśniać główne mechanizmy podejmowania decyzji przez klientów, znać specyfikę procesów decyzyjnych ▪ Wyjaśniać mechanizmy budowania lojalności i rozpoznawać jej rodzaje ▪ Stosować nowoczesne metody segmentacji klientów w oparciu o wiedzę z dziedziny psychologii i socjologii ▪ Wyjaśniać zasady wdrażania koncepcji Customer Relationship Management do praktyki działania organizacji, w tym małych i średnich przedsiębiorstw ▪ Identyfikować znaczenie wiedzy we współczesnym marketingu ▪ Wskazywać powiązania i relacje między różnymi systemami zarządzania w organizacji, w tym SAP, ECR, CRM, SCM - wyjaśniać zasady działania korporacyjnej architektury informacyjnej
TREŚĆ MODUŁU	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Marketing jako dziedzina dynamiczna <input type="checkbox"/> Koncepcja nowego marketingu mix, otoczenie marketingowe, nowy i tradycyjny marketing, <input type="checkbox"/> Nowoczesne tendencje w marketingu <input type="checkbox"/> Marketing relacji – istota koncepcji <input type="checkbox"/> Wybrane modele i stanowiska dotyczące relacyjnego wymiaru marketingu





Projekt Profesjonalny nauczyciel kształcenia zawodowego

współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego POKL

Priorytet III – Wysoka jakość systemu oświaty, Poddziałanie 3.3.2. Efektywny system kształcenia i doskonalenia nauczycieli.

	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Pojęcie relacji i transakcji w marketingu <input type="checkbox"/> Metody badania i pomiarów zadowolenia i satysfakcji klientów <input type="checkbox"/> Pojęcie i metody budowania wartości dla klientów <input type="checkbox"/> Psychologiczno – socjologiczne aspekty zachowań klientów (strategie marketingowe w świetle organizacji procesów percepcyjnych i uczenia się, dysonans pozakupowy i satysfakcja pozakupowa, strategie marketingowe w świetle procesów uczenia się, motywacja i emocje w marketingu, psychograficzna segmentacja rynku, wpływ społeczny na zachowania konsumentów, budowanie przywiązania do marki) <input type="checkbox"/> Marketing wewnętrzny a marketing relacji <input type="checkbox"/> Zarządzanie kluczowymi klientami – istota pojęcia, cele i metody badania skuteczności <input type="checkbox"/> Zadania, cele systemów CRM <input type="checkbox"/> CRM jako strategia prowadzenia biznesu oraz jako system informatyczny- architektura systemów CRM <input type="checkbox"/> Zasady wdrażania systemów CRM- przyczyny niepowodzeń <input type="checkbox"/> Korzyści z wdrażania systemów CRM <input type="checkbox"/> CRM a inne systemy wspomagające zarządzanie
METODY I FORMY SZKOLENIA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wykład informacyjny z prezentacją multimedialną ▪ dyskusja frontalna, ▪ forma pracy słuchaczy: zespołowa
MATERIAŁY SZKOLENIOWE DLA UCZESTNIKÓW	<p>Uczestnicy studiów podyplomowych otrzymają zeszyt naukowy - materiały szkoleniowe obejmujące wybrane zagadnienia z programu oraz studia przypadków.</p>
LITERATURA	<ol style="list-style-type: none"> 1. J.Otto, Marketing relacji. Koncepcja i stosowanie, Wydawnictwo C.H.Beck, Warszawa 2004. 2. A.Falkowski, T.Tyszka, Psychologia zachowań konsumentów, GWP, Gdańsk 2009. 3. J.Dyche, CRM. Relacje z klientami, Helion, Gliwice 2002. 4. A.Mazur, D.Mazur, Jak wdrożyć CRM w małej i średniej firmie?, Madar, Zabrze 2004. 5. Ph. Kotler, G.Armstrong J.Saunders, V. Wong, Marketing. Podręcznik europejski., PWE, Warszawa 2002. 6. P.Lech, Zintegrowane systemy zarządzania ERP.ERP II, Difin, Warszawa 2003.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



MINISTERSTWO
EDUKACJI
NARODOWEJ



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Projekt **Profesjonalny nauczyciel kształcenia zawodowego**

współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego POKL

Priorytet III – Wysoka jakość systemu oświaty, Poddziałanie 3.3.2. Efektywny system kształcenia i doskonalenia nauczycieli.

	<ol style="list-style-type: none">7. K.Fonfara, Marketing partnerski na rynku przedsiębiorstw, PWE, Warszawa2004.8. I.H.Gordon, Relacje z klientem. Marketing partnerski, PWE, Warszawa2001.9. A.Lotko, Zarządzanie relacjami z klientem. Strategie i systemy, Politechnika Radomska, Radom 2003.10. I.Dembińska – Cyran, J.Hołub – Iwan, J.Perens, Zarządzanie relacjami z klientem, Difin, Warszawa 2004.11. W.Grudzewski, I.K.Hejduk, Metody projektowania systemów zarządzania, Difin, Warszawa 2004.12. R.Mckenna, Real time, Preparing For The Age of The Never Satisfied Customer, Harvard business School Press, Boston 1999.13. M.L.Lengnick- Hall, C.A.Lengnick- Hall, Human Resource Management in the Knowledge Economy, Berret – Koehler Publishers, San Francisco 2003.14. R.Mckenzie, Relationship – Based Enterprise, Powering Business Success Through Customer Relationship Management, McGraw- hill Ryerson, Toronto 2001.
--	--

[Handwritten signature]

KOORDYNATOR PROJEKTU
WND-POKL:03.03.02-00-072/09

[Handwritten signature]
Wojciech Zajączkowski

