



PROGRAM MODUŁOWY

PROJEKT "Pigułki kompetencji Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu" (Nr umowy: POWR.03.01.00-00-T236/18)

rok opracowania: 2019

organizator **ZACHODNIOPOMORSKA SZKOŁA BIZNESU**

odbiorca **osoby dorosłe w wieku 30+, chcące samodzielnie rozwijać kompetencje kluczowe**

forma **kursy**

program **AKADEMIA LIDERA 2.0**

KURS	części / moduły	Nazwa części kursu / modułu	ECTS	forma zaliczenia	liczba godzin kontaktowych	w tym:											nakład pracy własnej ucz. (= 0)	łącznie liczba godzin	lider / prowadzący
						wykt.	ćw.	e-learn.	labor.	semin.	wars. prakt.	wizyt. stud.	inne	konsultacje	zal. /egz.	lektorat			
M1 MARKETING I NOWE MEDIA	KURS MNM	Marketing i nowe media			30													30	
	moduł 1.	Marketing strategiczny			5	2	3											5	
	moduł 2.	Planowanie grup docelowych			10	2					8							10	
	moduł 3.	Nowoczesne narzędzia w marketingu			10	2					8							10	
	moduł 4.	Content marketing i copywriting			5						5							5	
M2 DESIGN THINKING	KURS DT	Design Thinking			30													30	
	moduł 1.	Design Thinking, a Service Design			6	2	2				2							6	
	moduł 2.	Etapy i narzędzia w Design Thinking I			7	2	2				3							7	
	moduł 3.	Etapy i narzędzia w Design Thinking II			8	2	2				4							8	
	moduł 4.	Zastosowanie Design Thinking			9	1	3				5							9	
M3 SZCZUPEŁE I ZWINNE ZARZĄDZANIE	KURS LM	Szczupłe i zwinne zarządzanie			30													30	
	moduł 1.	Podejście lean i agile w zarządzaniu			5	3	2											5	
	moduł 2.	Modelowanie i analiza procesów			10	2	2				6							10	
	moduł 3.	Narzędzia szczupłego i zwinnego zarządzania			8	3	2				3							8	
	moduł 4.	Zwinne zarządzanie projektami			7	3	2				2							7	
M4 PRZYWÓDZTWO	KURS PRZ	Przywódtwo			30													30	
	moduł 1.	Zdolności przywódcze - czy można się tego nauczyć?			8	1	2				3		2					8	
	moduł 2.	Lider dojrzały - lider kompletny; cechy, zachowania, umiejętności			8	1	2				3		2					8	
	moduł 3.	Motywowanie zespołów, skuteczne delegowanie zadań			8	1	2				3		2					8	
	moduł 4.	Praca feedbackiem - jak to robi świadomy lider?			6	1	2				3							6	
łącznie w modułach					120													120	



PROJEKT "Pigułki kompetencji Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu" (Nr umowy: POWR.03.01.00-00-T236/18)

KARTA PROGRAMU

AKADEMIA LIDERA 2.0

rok opracowania: 2019

numer kursu / części	KURS MNM										
nazwa kursu / części	Marketing i nowe media					ECTS		lider kursu			
KURS	M1 MARKETING I NOWE MEDIA							jęz. wykładowy	polski	liczba godzin kontaktowych łącznie	30

ISTOTA I CELE KURSU

Krótki opis i katalog celów

Celem kursu jest nabycie wiedzy i umiejętności pozwalających na planowanie, realizowanie oraz kontrolowanie działań marketingowych w małej firmie / organizacji. Uczestnik kursu ma również zdobyć kompetencje predysponujące go do pełnienia roli osoby odpowiedzialnej w organizacji za działania marketingowe.

STRUKTURA KURSU

numer modułu	KURS MNM moduł 1.	KURS MNM moduł 2.	KURS MNM moduł 3.	KURS MNM moduł 4.
nazwa modułu	Marketing strategiczny	Planowanie grup docelowych	Nowoczesne narzędzia w marketingu	Content marketing i copywriting
prowadzący				
punkty ECTS				

EFEKTY KSZTAŁCENIA

obszar efektów	opis efektu kształcenia <i>(od 3-5 efektów na obszar; treść nie dłuższa, niż szerokość wiersza)</i>	odniesienie do KIERUNKOWYCH efektów kształcenia <i>(→ ZOBACZ LEGENDĘ)</i>	moduł realizujący dany efekt	sposoby weryfikacji efektów kształcenia													
				egzamin pisemny	zaliczenie pisemne	praca pisemna (esej, referat, itp.)	ćwiczenia, zadania	test wiedzy	projekt zespołowe	projekt indywidualne	prezentacja zadania indywidualnego / grupowego	udział w dyskusji	case study indywidualnie	case study zespołowo	inne aktywności	uwagi	
WIEDZA	Uczestnik zna i rozpoznaje najnowsze trendy marketingowe.	Z1_W01 Z1_W17	Marketing strategiczny					X									
	Uczestnik posiada podstawową wiedzę w zakresie planowania strategicznego w firmie / organizacji.	Z1_W03 Z1_W12	Marketing strategiczny					X									
	Uczestnik rozumie znaczenie grupy docelowej dla planowania działań marketingowych.	Z1_W13 Z1_W17	Planowanie grup docelowych					X									
	Uczestnik rozumie zasady funkcjonowania kanałów Social Media i ich wykorzystania do własnych celów biznesowych.	Z1_W14 Z1_W15	Nowoczesne narzędzia w marketingu					X									
	Uczestnik posiada podstawową wiedzę w zakresie tworzenia treści marketingowych.	Z1_W05 Z1_W13	Content marketing i copywriting					X									
UMIĘJĘTNOŚCI	Uczestnik potrafi zaprojektować strategię komunikacji marketingowej.	Z1_U07 Z1_U12	Marketing strategiczny				X								X		
	Uczestnik potrafi analizować i planować grupę docelową swojej komunikacji.	Z1_U02 Z1_U03	Planowanie grup docelowych				X								X		
	Uczestnik potrafi zarządzać profilami w mediach społecznościowych.	Z1_U09 Z1_U12	Narzędzia nowoczesnego marketingu				X								X		
	Uczestnik potrafi przygotowywać treści marketingowe dostosowane do formy i sposobu komunikacji.	Z1_U08 Z1_U10	Content marketing i copywriting				X								X		
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	Uczestnik ma świadomość rozwoju i uczenia się przez całe życie.	Z1_K01 Z1_K05	Marketing strategiczny				X								X		
	Uczestnik potrafi akceptować różnorodność zachowań ludzkich i wykorzystywać do tworzenia nowych rozwiązań.	Z1_K04 Z1_K08	Planowanie grup docelowych				X								X		
	Uczestnik wykazuje kreatywność i otwartość wobec nowych inicjatyw.	Z1_K05 Z1_K06	Nowoczesne narzędzia w marketingu				X								X		
	Uczestnik potrafi w jasny sposób, dostosowany do odbiorcy, komunikować cele i działania biznesowe.	Z1_K03 Z1_K07	Content marketing i copywriting				X								X		

NAKŁAD PRACY STUDENTA

nazwa modułu	Marketing strategiczny		Planowanie grup docelowych		Nowoczesne narzędzia w marketingu		Content marketing i copywriting	
struktura nakładu pracy	liczba godzin kontaktowych	5	liczba godzin kontaktowych	10	liczba godzin kontaktowych	10	liczba godzin kontaktowych	5
	w tym:		w tym:		w tym:		w tym:	
	wykład	2	wykład	2	wykład	2	wykład	
	ćwiczenia	3	ćwiczenia		ćwiczenia		ćwiczenia	
	warsztaty praktyczne		warsztaty praktyczne	8	warsztaty praktyczne	8	warsztaty praktyczne	5
	inne...		inne...		inne...		inne...	
	praca własna uczestnika (= 0)		praca własna uczestnika (= 0)		praca własna uczestnika (= 0)		praca własna uczestnika (= 0)	
łącznie nakład pracy uczestnika	5	łącznie nakład pracy uczestnika	10	łącznie nakład pracy uczestnika	10	łącznie nakład pracy uczestnika	5	

nazwa modułu	Marketing strategiczny		Planowanie grup docelowych		Nowoczesne narzędzia w marketingu		Content marketing i copywriting	
METODY DYDAKTYCZNE								
Adekwatne metody		Adekwatne metody		Adekwatne metody		Adekwatne metody		
film video		wykład		wykład		ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących		
wykład		warsztaty praktyczne		warsztaty praktyczne				
dyskusja grupowa		projekty zespołowe		projekty zespołowe				
prezentacja multimedialna		analizy zespołowe		analizy zespołowe				

informacje o zawartości merytorycznej, metodach, kryteriach zaliczenia, itp.

Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu	Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu	Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu	Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu
Podstawowa znajomość zasad marketingowych.	nd	Podstawowa umiejętność obsługi komputera.	nd

SPOSOBY WERYFIKACJI EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

ocena końcowa		ocena końcowa		ocena końcowa		ocena końcowa	
Adekwatne formy zaliczeń	Procent wpływu na ocenę końcową	Adekwatne formy zaliczeń	Procent wpływu na ocenę końcową	Adekwatne formy zaliczeń	Procent wpływu na ocenę końcową	Adekwatne formy zaliczeń	Procent wpływu na ocenę końcową
test wiedzy	100	case study zespołowo	50	case study zespołowo	50	ćwiczenia, zadania	100
		ćwiczenia, zadania	50	ćwiczenia, zadania	50		

CELE EDUKACYJNE MODUŁÓW

Skatalogowane cele modułu	Skatalogowane cele modułu	Skatalogowane cele modułu	Skatalogowane cele modułu
1. Poznanie zasad i metod planowania skutecznych strategii marketingowych. 2. Poznanie zasad mierzenia efektów zaimplementowanej strategii.	1. Poznanie grup docelowych i zasad projektowania rozwiązań dopasowanych do nich. 2. Wskazanie sposobów wyboru grupy docelowej.	1. Poznanie zasad pracy z poszczególnymi kanałami Social Media. 2. Umiejętność wykorzystania narzędzi do komunikacji. 3. Poznanie open sourcowych narzędzi marketingowych. 4. Umiejętność stworzenia kampanii w SM.	1. Poznanie zasad przygotowania komunikacji w kanałach Social Media. 2. Umiejętność przygotowania tekstów marketingowych dostosowanych do różnych kanałów komunikacyjnych.

TREŚCI PROGRAMOWE

Zakres merytoryczny modułu	Zakres merytoryczny modułu	Zakres merytoryczny modułu	Zakres merytoryczny modułu
1. Istota marketingu i jego miejsce w strategii firmy. 2. Trendy w nowoczesnym marketingu. 3. Wyznaczanie celów marketingowych / komunikacyjnych. 4. Pozycjonowanie marki. 5. Formułowanie programu marketingowego. 6. Mierzenie efektywności działań marketingowych.	1. Marketing a wartość dla klienta. 2. Prognozowanie popytu. 3. Analiza zachowania konsumenta i procesu podejmowania decyzji. 4. Planowanie grup docelowych. 5. Tworzenie persony.	1. Podstawowe funkcjonalności poszczególnych kanałów SM. 2. Trendy w social mediach. 3. Zasady tworzenia profili (opisy oraz grafiki) w SM. 4. Realizacja komunikacji marketingowej krok po kroku.	1. Idealna długość treści w internecie. 2. Tworzenie czytelnej struktury tekstu. 3. Realizacja komunikacji marketingowej krok po kroku. 4. Zasady copywritingu w internecie.

WYKAZ LITERATURY PODSTAWOWEJ I UZUPEŁNIAJĄCEJ

Zalecane pozycje literatury	Zalecane pozycje literatury	Zalecane pozycje literatury	Zalecane pozycje literatury
literatura podstawowa	literatura podstawowa	literatura podstawowa	literatura podstawowa
1/ Tkaczyk Paweł "Zakamarki marki", Onepress, 2011 2/ Kotler Philip, Keller Kevin Lane "Marketing", Rebis sp. z o.o., 2019	1/ Żukowski Marcin, "Twoja firma w social mediach. Podręcznik marketingu internetowego dla małych i średnich przedsiębiorstw", Helion, 2018	1/ Bucki Piotr "Porozmawiajmy o komunikacji. Mów, pisz, prezentuj skutecznie", Słowa i myśli, 2017 2/ Królewski Jarosław, Sala Paweł "E-marketing. Współczesne trendy", PWN, 2016	1/ Stawarz Garcia Barbara "Content Marketing i Social Media. Jak przyciągnąć klientów", PWN, 2017 2/ Tkaczyk Paweł "Narratologia", PWN, 2017 3/ Jabłoński Artur "Jak pisać, żeby chcieli czytać (i kupować). Copywriting i Webwriting", Helion, 2018
literatura uzupełniająca	literatura uzupełniająca	literatura uzupełniająca	literatura uzupełniająca

PROJEKT "Pigułki kompetencji Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu" (Nr umowy: POWR.03.01.00-00-T236/18)

KARTA PROGRAMU

AKADEMIA LIDERA 2.0

rok opracowania: 2019

numer kursu / części	KURS DT										
nazwa kursu / części	Design Thinking						ECTS		lider kursu		
KURS	M2 DESIGN THINKING						jęz. wykładowy	polski	liczba godzin kontaktowych łącznie	30	

ISTOTA I CELE KURSU

Krótki opis i katalog celów

Istotą Kursu Design Thinking jest zrozumienie idei projektowania usług w oparciu o człowieka i jego potrzeby dla biznesu. Nabycie umiejętności zastosowania metody Design Thinking w tym kolejnych etapów projektowania t.j.: empatyzacji, definiowania potrzeb, generowania pomysłów, prototypowania oraz testowania. Celem praktycznym jest uzyskanie kompetencji posługiwania się narzędziami realizującymi ideę projektowania usług w oparciu o realne potrzeby. Umożliwienie korzystania z metody Design Thinking w realizacji projektów firm, organizacji oraz własnych celów.

STRUKTURA KURSU

numer modułu	KURS DT	moduł 1.	KURS DT	moduł 2.	KURS DT	moduł 3.	KURS DT	moduł 4.
nazwa modułu	Design Thinking, a Service Design		Etapy i narzędzia w Design Thinking I		Etapy i narzędzia w Design Thinking II		Zastosowanie Design Thinking	
prowadzący								
punkty ECTS								

EFEKTY KSZTAŁCENIA

obszar efektów	opis efektu kształcenia	odniesienie do KIERUNKOWYCH efektów kształcenia (→ ZOBACZ LEGENDĘ)	moduł realizujący dany efekt	sposoby weryfikacji efektów kształcenia															
				egzamin pisemny	zaliczenie pisemne	praca pisemna (esej, referat, itp.)	ćwiczenia, zadania	test wiedzy	projekt zespołowe	projekt indywidualne	prezentacja zadania indywidualnego / grupowego	udział w dyskusji	case study indywidualne	case study zespołowe	inne aktywności	uwagi			
WIEDZA	Charakteryzuje podstawowe założenia, rozpoznaje terminologię metody Design Thinking.	Z1_W01	Design Thinking, a Service Design					X											
	Identyfikuje podstawowe etapy i metody wykorzystywane do praktykowania Design Thinking.	Z1_W01	Etapy i narzędzia w Design Thinking I					X											
	Zna zasady stosowania podejścia Design Thinking do projektowania usług. Rozpoznaje zalety i wyzwania dla Design Thinking.	Z1_W15	Etapy i narzędzia w Design Thinking II					X											
	Dostrzega jak sposób myślenia o innowacjach prowadzi do kreatywnego rozwiązywania problemów.	Z1_W18	Zastosowanie Design Thinking					X											
	Rozumie znaczenie otwartości na innowacje w multidyscyplinarnych zespołach.	Z1_W18	Zastosowanie Design Thinking					X											
UMIĘJĘTNOŚCI	Rozróżnia metodę od narzędzi i metodyk stosowanych w ramach podejścia Design Thinking.	Z1_U08	Design Thinking, a Service Design						X										
	Potrafi zaplanować i zastosować proces projektowania usługi zgodnie z etapami w metodyce Design Thinking.	Z1_U03	Etapy i narzędzia w Design Thinking I						X										
	Ustala kryteria doboru narzędzi do potrzeb projektowych.	Z1_U12	Etapy i narzędzia w Design Thinking II						X										
	Pracuje zespołowo nad zaprojektowaniem usług opartych na potrzebach użytkowników.	Z1_U12 Z1_U13	Zastosowanie Design Thinking						X										
									X										
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	Dyskutuje i zachowuje otwartość na kreatywne podejście do projektowania usług.	Z1_K01	Design Thinking, a Service Design						X										
	Dąży do dostrzeżenia wartości każdego z etapów metodyki DT.	Z1_K02	Etapy i narzędzia w Design Thinking I						X										
	Chętnie podejmuje się testowania narzędzi i metodyki Design Thinking. Wykazuje się kreatywnością i zaangażowaniem w realizacji zadań.	Z1_K03	Etapy i narzędzia w Design Thinking II						X										
	Dokonuje oceny potencjalnych korzyści z zastosowania metody Design Thinking w wybranych obszarach.	Z1_K07	Zastosowanie Design Thinking						X										
									X										

NAKLAD PRACY STUDENTA

nazwa modułu	Design Thinking, a Service Design		Etapy i narzędzia w Design Thinking I		Etapy i narzędzia w Design Thinking II		Zastosowanie Design Thinking	
	liczba godzin kontaktowych	6	liczba godzin kontaktowych	7	liczba godzin kontaktowych	8	liczba godzin kontaktowych	9
struktura nakładu pracy	w tym:		w tym:		w tym:		w tym:	
	wykład	2	wykład	2	wykład	2	wykład	1
	ćwiczenia	2	ćwiczenia	2	ćwiczenia	2	ćwiczenia	3
	warsztaty praktyczny	2	warsztaty praktyczny	3	warsztaty praktyczny	4	warsztaty praktyczny	5
	inne...		inne...		inne...		inne...	
	praca własna uczestnika (= 0)		praca własna uczestnika (= 0)		praca własna uczestnika (= 0)		praca własna uczestnika (= 0)	
łącznie nakład pracy uczestnika	6	łącznie nakład pracy uczestnika	7	łącznie nakład pracy uczestnika	8	łącznie nakład pracy uczestnika	9	

nazwa modułu	Design Thinking, a Service Design		Etapy i narzędzia w Design Thinking I		Etapy i narzędzia w Design Thinking II		Zastosowanie Design Thinking	
	Adekwatne metody		Adekwatne metody		Adekwatne metody		Adekwatne metody	
	wykład		wykład		wykład		wykład	
	film video		ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących		ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących		projekty zespołowe	
	prezentacja multimedialna		dyskusja grupowa		projekty indywidualne		warsztaty praktyczne	
	case study		warsztaty praktyczne		rozwiązywanie zadań		case study	
	ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących				warsztaty praktyczne		analizy zespołowe	
							dyskusja grupowa	

informacje o zawartości merytorycznej, metodach, kryteriach zaliczenia, itp.	Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu		Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu		Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu		Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu	
	Kreatywne myślenie, otwartość na nowe sposoby realizacji projektów.		Podstawowa wiedza z zakresu projektowania usług i produktów.		Podstawowa wiedza z zakresu projektowania usług i produktów.		Podstawowa wiedza z zakresu projektowania usług i produktów.	
	SPOSOBY WERYFIKACJI EFEKTÓW KSZTAŁCENIA							
	ocena końcowa		ocena końcowa		ocena końcowa		ocena końcowa	
	<i>Adekwatne formy zaliczeń</i>	<i>Procent wpływu na ocenę końcową</i>	<i>Adekwatne formy zaliczeń</i>	<i>Procent wpływu na ocenę końcową</i>	<i>Adekwatne formy zaliczeń</i>	<i>Procent wpływu na ocenę końcową</i>	<i>Adekwatne formy zaliczeń</i>	<i>Procent wpływu na ocenę końcową</i>
	projekty zespołowe	30	projekty zespołowe	70	projekty zespołowe	70	projekty zespołowe	100
	test wiedzy	70	test wiedzy	30	test wiedzy	30		
	CELE EDUKACYJNE MODUŁÓW							
<i>Skatalogowane cele modułu</i>		<i>Skatalogowane cele modułu</i>		<i>Skatalogowane cele modułu</i>		<i>Skatalogowane cele modułu</i>		
Wprowadzenie uczestnika do języka pojęć i rozróżnienia metody od metodologii. Uwrażliwienie na różnice w definiowaniu metody Design Thinking. Zapoznanie z historią, rozwojem i zastosowaniem nowego trendu w projektowaniu usług produktów opartych na realnych potrzebach. Wyciąganie wniosków z przykładów zastosowań metody w Polsce i na świecie.		Nabywanie wiedzy i umiejętności w zakresie stosowania kolejnych etapów projektowania: empatii, diagnozowania problemu, generowania pomysłów, prototypowania oraz testowania. Uczestnicy rozumieją, dlaczego określona w metodzie Design Thinking kolejność jest uzasadniona i posiadają umiejętność jej zastosowania na kolejnych etapach.		Zapoznanie uczestników z narzędziami stosowanymi na poszczególnych etapach procesu projektowania usługi/produktu, ze szczególnym uwzględnieniem dopasowania funkcji danego narzędzia do etapu.		Doświadczenie metody Design Thinking w praktyce. Przeprowadzanie procesu projektowania usługi lub produktu w zespołach. Zrozumienie idei z możliwością implementacji we własnym środowisku pracy i życia.		
TREŚCI PROGRAMOWE								
<i>Zakres merytoryczny modułu</i>		<i>Zakres merytoryczny modułu</i>		<i>Zakres merytoryczny modułu</i>		<i>Zakres merytoryczny modułu</i>		
Zapoznanie uczestników z pojęciami stosowanymi w Design Thinking. Proces ewoluowania metody, jej historia i implementacja. Wdrażanie idei projektowania opartego na realnych potrzebach. Zastosowanie w projektach w Polsce i na świecie. Wyzwania w stosowaniu Design Thinking. Odniesienie do psychologii twórczości w grupowym procesie kreacji.		Etap projektowania wg Design Thinking. 1. Empatia. 2. Definiowanie problemu/potrzeb. 3. Generowanie pomysłów. 4. Prototypowanie. 5. Testowanie. Dopasowanie narzędzi do określonych etapów.		Praktyczne zapoznanie z narzędziami wykorzystywanymi na kolejnych etapach projektowania usług/produktów/projektów. Mapa empatii. Persona. Ścieżka doświadczeń klienta. Mapa idei. Ścieżka trendu. Mapa interesariuszy. Karta wywiadu. Karta konceptu/ Value Proposition Canvas. Model biznesowy/ Business Model Canvas. I inne.		Zrealizowanie projektu z udziałem Design Thinking w zespole. Prezentacja efektów.		
WYKAZ LITERATURY PODSTAWOWEJ I UZUPEŁNIAJĄCEJ								
<i>Zalecane pozycje literatury</i>		<i>Zalecane pozycje literatury</i>		<i>Zalecane pozycje literatury</i>		<i>Zalecane pozycje literatury</i>		
literatura podstawowa		literatura podstawowa		literatura podstawowa		literatura podstawowa		
Tim Brown; wspólnie z Barrym Katz, <i>Zmiana przez design: jak design thinking zmienia organizacje i pobudza innowacyjność</i> . Wydawnictwo Libron, Wrocław: 2013. Amir Jan Fazlagić <i>Service design</i> . Akademia Finansów i Biznesu Vistula, Warszawa: 2013.		Marcin Chłodnicki, <i>Service design po polsku: jak przyciągnąć, zadowolić i zatrzymać klientów</i> . Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa: 2018.		Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, <i>Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera</i> . Wydawnictwo Helion, Gliwice: 2012.		David Kelly Tom Kelly, <i>Twórcza odwaga. Otwórz się na Design Thinking</i> . MT Biznes, Warszawa: 2019.		
literatura uzupełniająca		literatura uzupełniająca		literatura uzupełniająca		literatura uzupełniająca		
Marc Stickdorn, Markus Edgar Hormess, Adam Lawrence, Jakob Schneider, <i>This Is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World</i> . Wydawnictwo O'Reilly Media, Sebastopol: 2018.		Marc Stickdorn, <i>This is Service Design Thinking: Basics – Tools – Cases</i> . Wydawnictwo BIS Publishers, Amsterdam: 2011.		Tim Clark, Alexander Osterwalder, Yves Pigneur. <i>Model biznesowy. TY</i> . Wydawnictwo Helion, Gliwice: 2013.		Beata Michalska-Dominiak, Piotr Grocholiński, <i>Poradnik design thinking, czyli jak wykorzystać myślenie projektowe w biznesie</i> . Onepress, Gliwice: W przygotowaniu (pozycja polskojęzyczna).		

KARTA PROGRAMU AKADEMIA LIDERA 2.0

rok opracowania: 2019

numer kursu / części	KURS PRZ										
nazwa kursu / części	Przywództwo						ECTS		lider kursu		
KURS	M4 PRZYWÓDZTWO						jęz. wykładowy	polski	liczba godzin kontaktowych łącznie	30	

ISTOTA I CELE KURSU

Krótki opis i katalog celów

Przywództwo to obszar kompetencyjny, na który składają się umiejętności z zakresu ustalania celu, wizji i misji, świadomości zasobów, działania na rzecz innych, zmiany nawyków, uważności, aktywnego słuchania, asertywności i kalkulowania ryzyka. Moduł przewiduje, że użytkownik będzie samodzielnie podejmował decyzje, potrafił krytycznie ocenić swoje działania i działania zespołu, którym kieruje, będzie przyjmował odpowiedzialność za skutki tych działań, podniesie kompetencje związane z komunikacją interpersonalną, zarządzaniem zespołem i kształtowaniem ścieżki rozwoju.

STRUKTURA KURSU

numer modułu	KURS PRZ	moduł 1.	KURS PRZ	moduł 2.	KURS PRZ	moduł 3.	KURS PRZ	moduł 4.
nazwa modułu	Zdolności przywódcze - czy można się tego nauczyć?		Lider dojrzały - lider kompletny; cechy, zachowania, umiejętności		Motywowanie zespołów, skuteczne delegowanie zadań		Praca feedbackiem - jak to robi świadomy lider?	
prowadzący								
punkty ECTS								

EFEKTY KSZTAŁCENIA

obszar efektów	opis efektu kształcenia <i>(od 3-5 efektów na obszar; treść nie dłuższa, niż szerokość wiersza)</i>	odniesienie do KIERUNKOWYCH efektów kształcenia <i>(-> ZOBACZ LEGENDĘ)</i>	moduł realizujący dany efekt	sposoby weryfikacji efektów kształcenia														
				egzamin pisemny	zaliczenie pisemne	praca pisemna (esej, referat, itp.)	ćwiczenia, zadania	test wiedzy	projekt zespołowe	projekt indywidualne	prezentacja zadania indywidualnego / grupowego	udział w dyskusji	case study indywidualne	case study zespołowe	inne aktywności	uwagi		
WIEDZA	Rozumie czym różni się zarządzanie od przewodzenia.	Z1_W04	Zdolności przywódcze - czy można się tego nauczyć?					X										
	Zna zestaw kompetencji lidera (z obszaru samoprzywództwa oraz drabiny przywództwa).	Z1_W05	Lider dojrzały - lider kompletny; cechy, zachowania, umiejętności					X										
	Wie w jaki sposób budować autorytet nieformalny szefa w zespole i organizacji.	Z1_W04 Z1_W05	Motywowanie zespołów, skuteczne delegowanie zadań					X										
	Ma świadomość roli otwartości na odmienne zdanie, samego siebie, istoty pragmatyzmu, pokory, optymizmu.	Z1_W04 Z1_W05	Lider dojrzały - lider kompletny; cechy, zachowania, umiejętności				X											
	Zna rodzaje informacji zwrotnej.	Z1_W05	Praca feedbackiem - jak to robi świadomy lider?					X										
UMIĘJĘTNOŚCI	Umie aktywnie słuchać i zorientowany jest na permanentne uczenie się.	Z1_U04 Z1_U03	Zdolności przywódcze - czy można się tego nauczyć?				X											
	Potrafi balansować pomiędzy potrzebami (indywidualnymi, grupy i organizacji).	Z1_U03 Z1_U04	Lider dojrzały - lider kompletny; cechy, zachowania, umiejętności				X											
	Umie zastosować wybrane interwencje menedżerskie, budujące pozycję lidera w organizacji.	Z1_U02	Motywowanie zespołów, skuteczne delegowanie zadań				X											
	Potrafi udzielić informacji zwrotnej z uwzględnieniem cyklu życia pracownika, jego stylu myślenia itp.	Z1_U02	Praca feedbackiem - jak to robi świadomy lider?				X											
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	Ma świadomość roli Inteligencji Wielorakich (w tym emocjonalnej) i jest gotów nad nimi pracować.	Z1_K01	Zdolności przywódcze - czy można się tego nauczyć?					X										
	Świadomość znaczenia kształcenia przez całe życie.	Z1_K01	Lider dojrzały - lider kompletny; cechy, zachowania, umiejętności				X											
	Potrafi akceptować różnorodność w grupie i wykorzystywać ją do tworzenia nowych zespołów.	Z1_K04	Motywowanie zespołów, skuteczne delegowanie zadań				X											
	Potrafi pracować w zespole.	Z1_K03	Motywowanie zespołów, skuteczne delegowanie zadań				X											
	Potrafi wchodzić w zdrowe interakcje społeczne dbając o transparentną komunikację.	Z1_K02	Praca feedbackiem - jak to robi świadomy lider?				X											

NAKLAD PRACY STUDENTA

nazwa modułu	Zdolności przywódcze - czy można się tego nauczyć?		Lider dojrzały - lider kompletny; cechy, zachowania, umiejętności		Motywowanie zespołów, skuteczne delegowanie zadań		Praca feedbackiem - jak to robi świadomy lider?	
	liczba godzin kontaktowych	8	liczba godzin kontaktowych	8	liczba godzin kontaktowych	8	liczba godzin kontaktowych	6
struktura nakładu pracy	w tym:		w tym:		w tym:		w tym:	
	wykład	1	wykład	1	wykład	1	wykład	1
	ćwiczenia	2	ćwiczenia	2	ćwiczenia	2	ćwiczenia	2
	warsztat praktyczny	3	warsztat praktyczny	3	warsztat praktyczny	3	warsztat praktyczny	3
	inne...	2	inne...	2	inne...	2	inne...	
	praca własna uczestnika (= 0)		praca własna uczestnika (= 0)		praca własna uczestnika (= 0)		praca własna uczestnika (= 0)	
	łącznie nakład pracy uczestnika	8	łącznie nakład pracy uczestnika	8	łącznie nakład pracy uczestnika	8	łącznie nakład pracy uczestnika	6

METODY DYDAKTYCZNE

nazwa modułu	Zdolności przywódcze - czy można się tego nauczyć?	Lider dojrzały - lider kompletny; cechy, zachowania, umiejętności	Motywowanie zespołów, skuteczne delegowanie zadań	Praca feedbackiem - jak to robi świadomy lider?
	Adekwatne metody	Adekwatne metody	Adekwatne metody	Adekwatne metody
	prezentacja multimedialna	prezentacja multimedialna	case study	ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących
	wykład	case study	ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących	dyskusja grupowa
	dyskusja grupowa	ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących	gry symulacyjne, menedżerskie, strategiczne	
	rozwiązywanie zadań	dyskusja grupowa	odgrywanie ról	
	case study	gry symulacyjne, menedżerskie, strategiczne	rozwiązywanie zadań	
	ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących			



informacje o zawartości merytorycznej, metodach, kryteriach zaliczenia, itp.

WYMAGANIA WSTĘPNE I FORMALNE							
Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu		Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu		Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu		Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu	
Podstawowa wiedza z zakresu komunikacji i aktywnego słuchania		Podstawowa wiedza na temat umiejętności przywódczych		Podstawowa wiedza na temat kompetencji lidera (wiedza, umiejętności, postawy)		Podstawowa wiedza z zakresu technik komunikacji	
SPOSOBY WERYFIKACJI EFEKTÓW KSZTAŁCENIA							
ocena końcowa		ocena końcowa		ocena końcowa		ocena końcowa	
Adekwatne formy zaliczeń	Procent wpływu na ocenę końcową	Adekwatne formy zaliczeń	Procent wpływu na ocenę końcową	Adekwatne formy zaliczeń	Procent wpływu na ocenę końcową	Adekwatne formy zaliczeń	Procent wpływu na ocenę końcową
test wiedzy	50	test wiedzy	50	test wiedzy	50	test wiedzy	50
ćwiczenia, zadania	50	ćwiczenia, zadania	50	ćwiczenia, zadania	50	ćwiczenia, zadania	50
CELE EDUKACYJNE MODUŁÓW							
Skatalogowane cele modułu		Skatalogowane cele modułu		Skatalogowane cele modułu		Skatalogowane cele modułu	
Zapoznanie uczestników z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi kompetencji przywódczych. Kształtowanie wiedzy z zakresu różnych stylów przywództwa oraz umiejętności w zakresie aktywnego słuchania, ciągłego uczenia się, rozwiązywania problemów.		Dostarczenie wiedzy dotyczącej sposobów identyfikacji poszczególnych cech, zachowań i umiejętności skutecznego lidera. Kształtowanie umiejętności rozwijania tych cech.		Zapoznanie uczestników z technikami efektywnej komunikacji. Kształtowanie umiejętności motywowania zespołów, skutecznego delegowania zadań, pracy z feedbackiem.		Zapoznanie uczestników z rodzajami informacji zwrotnej. Kształtowanie praktycznej umiejętności udzielania informacji zwrotnej.	
TREŚCI PROGRAMOWE							
Zakres merytoryczny modułu		Zakres merytoryczny modułu		Zakres merytoryczny modułu		Zakres merytoryczny modułu	
1/ Przywództwo jako zestaw umiejętności, nad którymi można pracować - tak na korzyść zespołu, jak również samego siebie. 2/ Aktywne słuchanie jako podstawowa kompetencja lidera. 3/ Zdolności przywódcze - jako wiedza połączona z umiejętnością rozwiązywania problemów. 4/ Kształtowanie wiedzy z zakresu różnych stylów przywództwa oraz umiejętności w zakresie aktywnego słuchania, ciągłego uczenia się, rozwiązywania problemów. 5/ Podstawowe zagadnienia dotyczące kompetencji przywódczych - stworzenie IPD.		1/ Rozwój kompetencji lidera (z obszaru drabiny przywództwa - samoprzywództwo, przywództwo indywidualne, przywództwo zespołowe, przywództwo organizacyjne). 2/ Otwartości na odmienne zdanie, samego siebie, istoty pragmatyzmu, pokory, optymizmu - gra symulacyjna/szkoleniowa. 3/ Cztery style przywództwa (kontinuum przywództwa). 4/ Rozwój kompetencji przywódczych - stworzenie IPD.		1/ Techniki efektywnej komunikacji. 2/ Efektywne motywowanie zespołów. 3/ Skuteczne delegowanie zadań.		1/ Praca z feedbackiem. 2/ Udzielanie informacji zwrotnej. 3/ Budowanie kultury informacji zwrotnej.	
WYKAZ LITERATURY PODSTAWOWEJ I UZUPEŁNIAJĄCEJ							
Zalecane pozycje literatury		Zalecane pozycje literatury		Zalecane pozycje literatury		Zalecane pozycje literatury	
literatura podstawowa		literatura podstawowa		literatura podstawowa		literatura podstawowa	
1/ J. Maxwell, Kształtowanie Liderów, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa, 2018. 2/ P. Lencion, Cztery obsesje wyjątkowego szefa, Wyd. MT Biznes, Warszawa, 2017. 3/ C. A. Montgomery, Strateg: bądź takim liderem, jakiego potrzebuje Twoja firma, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa, 2012. 4/ A. Sarnacka – Smith, Everest Lidera. O wartościach, silnym zespole i skutecznym przywództwie, OnePress, Warszawa, 2017. 5/ A. Ferguson, Być Liderem, Sine Qua Non, Kraków, 2016.		1/ J. Willink, Ekstremalne przywództwo, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa, 2018. 2/ K. Blanchard, Rozwój osobisty Lidera, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa, 2010. 3/ A. Grant, Buntownicy. Kreatywni liderzy zmieniają świat, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa, 2017. 4/ S. Sinek, Liderzy jedzą na końcu, OnePress, Warszawa, 2014. 5/ B. Brown, Z wielką Odwagą, MT Biznes, Warszawa 2014.		1/ K. Żbikowska, Komunikacja biznesowa oczami kierownika projektu, OnePress, Warszawa 2013. 2/ S. Sinek, Zaczynaj od dlaczego. Jak wielcy liderzy inspirują innych do działania, Helion, Warszawa 2013. 3/ J. C. Maxwell, Wszyscy się komunikują, niewielu potrafi się porozumieć, MT Biznes, Warszawa 2011. 4/ B. Kozyra, Komunikacja bez barier, MT Biznes, Warszawa 2008. 5/ R. Dallek, Hail to the Chief: The Making and Unmaking of American Presidents, Oxford University Press, November 15, London 2001. 6/ K. Hoffmann, Prowadzenie zebrań i prezentacji. Jak usprawnić komunikację, BC Edukacja, Warszawa 2008. 7/ B. Rzepka, Samo sedno – Efektywna komunikacja w zespole, Edgard, Warszawa 2012. 8/ G. Szczerba, Menedżer doskonały – Komunikacja, Złote Myśli, Warszawa 2018.		1/ J. Maxwell, Kształtowanie Liderów, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa, 2018. 2/ I. Ochyra, Informacja zwrotna, jak udzielić pozytywnego i negatywnego feedbacku, Wyd. Wiedza i Praktyka, Warszawa 2013. 3/ E. R. Ainsworth, 360 Degree Feedback, Panoma Press, April 12, 2016.	
literatura uzupełniająca		literatura uzupełniająca		literatura uzupełniająca		literatura uzupełniająca	
1/ A. Grant, Buntownicy. Kreatywni liderzy zmieniają świat, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa, 2017. 2/ B. Tracy, Jak przewodzą najlepsi liderzy, MT Biznes, Warszawa, 2015. 3/ K. Blanchard, Jednominutowy Menadżer Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa, 2010.		1/ B. Tracy, Jak przewodzą najlepsi liderzy, MT Biznes, Warszawa, 2015. 2/ K. Blanchard, Jednominutowy Menadżer Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa, 2010.		1/ A. Grant, Buntownicy. Kreatywni liderzy zmieniają świat, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa, 2017. 2/ B. Tracy, Jak przewodzą najlepsi liderzy, MT Biznes, Warszawa, 2015. 3/ K. Blanchard, Jednominutowy Menadżer Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa, 2010.		1/ A. Grant, Buntownicy. Kreatywni liderzy zmieniają świat, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa, 2017. 2/ B. Tracy, Jak przewodzą najlepsi liderzy, MT Biznes, Warszawa, 2015. 3/ K. Blanchard, Jednominutowy Menadżer Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa, 2010.	

PROJEKT "Pigułki kompetencji Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu" (Nr umowy: POWR.03.01.00-00-T236/18)

KARTA PROGRAMU AKADEMIA LIDERA 2.0

rok opracowania: 2019

numer kursu / części	KURS LM											
nazwa kursu / części	Szczupłe i zwinne zarządzanie						ECTS		lider kursu			
KURS	M3 SZCZUPŁE I ZWINNE ZARZĄDZANIE								jęz. wykładowy	polski	liczba godzin kontaktowych łącznie	30

ISTOTA I CELE KURSU

Krótki opis i katalog celów

Celem kursu jest doskonalenie wiedzy oraz umiejętności w zakresie szczupłego oraz zwinnego zarządzania, w szczególności podejścia procesowego, modelowania i analizy procesów, stosowania metod i narzędzi szczupłego i zwinnego zarządzania oraz zarządzania projektami biznesowymi. Uczestnik kursu ma również zdobyć kompetencje predysponujące go do pełnienia roli menadżera Lean oraz lidera zespołów projektowych wykorzystujących koncepcje zwinnego i szczupłego zarządzania.

STRUKTURA KURSU

numer modułu	KURS LM	moduł 1.	KURS LM	moduł 2.	KURS LM	moduł 3.	KURS LM	moduł 4.
nazwa modułu	Podejście lean i agile w zarządzaniu		Modelowanie i analiza procesów		Narzędzia szczupłego i zwinnego zarządzania		Zwinne zarządzanie projektami	
prowadzący								
punkty ECTS								

EFEKTY KSZTAŁCENIA

obszar efektów	opis efektu kształcenia <i>(od 3-5 efektów na obszar; treść nie dłuższa, niż szerokość wiersza)</i>	odniesienie do KIERUNKOWYCH efektów kształcenia <i>(→ ZOBACZ LEGENDĘ)</i>	moduł realizujący dany efekt	sposoby weryfikacji efektów kształcenia													
				egzamin pisemny	zaliczenie pisemne	praca pisemna (esej, referat, itp.)	ćwiczenia, zadania	test wiedzy	projekt zespołowe	projekty indywidualne	prezentacja zadania indywidualnego / grupowego	udział w dyskusji	case study indywidualne	case study zespołowe	inne aktywności	uwagi	
WIEDZA	Zna podstawowe założenia, terminologię oraz zasady zarządzania szczupłego oraz zwinnego.	Z1_W01	Podejście lean i agile w zarządzaniu					X									
	Zna metody projektowania procesów oraz analizy strumieni wartości, a także metod oraz narzędzi ich analizy i doskonalenia (w tym narzędzia informatyczne).	Z1_W14 Z1_W15	Modelowanie i analiza strumieni wartości					X									
	Zna zasady stosowania zwinnego podejścia do zarządzania projektami, jego wady i zalety oraz ścieżkę wdrożeniową.	Z1_W04 Z1_W11	Zwinne zarządzanie projektami					X									
	Zna podstawowe koncepcje, zasady, metody i narzędzia szczupłego oraz zwinnego zarządzania.	Z1_W07 Z1_W15	Narzędzia szczupłego i zwinnego zarządzania					X									
UMIĘJĘTNOŚCI	Planuje i organizuje wdrażanie zasad szczupłego zarządzania w przedsiębiorstwie, dobierając odpowiednie narzędzia i metody.	Z1_U03	Podejście lean i agile w zarządzaniu				X										
	Potrafi zaprojektować procesy biznesowe używając podejścia szczupłego oraz zwinnego z wykorzystaniem systemów informatycznych.	Z1_U09 Z1_U12	Modelowanie i analiza strumieni wartości							X							
	Analizuje i przedstawia rozwiązania problemów zarządzania w przedsiębiorstwie z zastosowaniem podejścia szczupłego oraz zwinnego.	Z1_U03 Z1_U10	Narzędzia szczupłego i zwinnego zarządzania							X							
	Ocenia oraz dyskutuje na temat potencjalnych korzyści wynikających z zwinnego zarządzania projektami.	Z1_U02	Zwinne zarządzanie projektami											X			
	Potrafi pracować w grupie wykorzystując narzędzia szczupłego i zwinnego zarządzania, dzieli zadania między członków grupy.	Z1_U02 Z1_U10	Narzędzia szczupłego i zwinnego zarządzania							X							
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	Jest gotów do propagowania stosowania narzędzi lean i agile w przedsiębiorstwie.	Z1_K03	Narzędzia szczupłego i zwinnego zarządzania							X							
	Wykazuje kreatywność i otwartość wobec nowych inicjatyw, zachowując jednocześnie krytycyzm i racjonalizm w ocenie wariantów nowych przedsięwzięć gospodarczych.	Z1_K05 Z1_K06	Zwinne zarządzanie projektami											X			
	Ma świadomość i jest gotów do stałego poszukiwania pomysłów udoskonalania swojego warsztatu zawodowego, jak i wszystkich obszarów organizacji.	Z1_K01	Modelowanie i analiza strumieni wartości								X						
	Ma świadomość konieczności rozwoju i samodoskonalenia pracy własnej, jako elementu skutecznego wdrożenia szczupłego i zwinnego zarządzania.	Z1_K01	Podejście lean i agile w zarządzaniu						X								

NAKŁAD PRACY STUDENTA

nazwa modułu	Podejście lean i agile w zarządzaniu		Modelowanie i analiza procesów		Narzędzia szczupłego i zwinnego zarządzania		Zwinne zarządzanie projektami	
	liczba godzin kontaktowych	5	liczba godzin kontaktowych	10	liczba godzin kontaktowych	8	liczba godzin kontaktowych	7
struktura nakładu pracy	w tym:		w tym:		w tym:		w tym:	
	wykład	3	wykład	2	wykład	3	wykład	3
	ćwiczenia	2	ćwiczenia	2	ćwiczenia	2	ćwiczenia	2
	warsztaty praktyczne		warsztaty praktyczne	6	warsztaty praktyczne	3	warsztaty praktyczne	2
	inne...		inne...		inne...		inne...	
	praca własna uczestnika (= 0)		praca własna uczestnika (= 0)		praca własna uczestnika (= 0)		praca własna uczestnika (= 0)	
łącznie nakład pracy uczestnika	5	łącznie nakład pracy uczestnika	10	łącznie nakład pracy uczestnika	8	łącznie nakład pracy uczestnika	7	

METODY DYDAKTYCZNE

nazwa modułu	Podejście lean i agile w zarządzaniu	Modelowanie i analiza procesów	Narzędzia szczupłego i zwinnego zarządzania	Zwinne zarządzanie projektami
	Adekwatne metody	Adekwatne metody	Adekwatne metody	Adekwatne metody
	dyskusja grupowa	analizy zespołowe	case study	case study
	prezentacja multimedialna	prezentacja multimedialna	prezentacja multimedialna	prezentacja multimedialna
	wykład	projekty indywidualne	warsztaty praktyczne	projekty zespołowe
		warsztaty praktyczne	wykład	warsztaty praktyczne
		ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących	ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących	ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących

informacje o zawartości merytorycznej, metodach, kryteriach zaliczenia, itp.	Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu		Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu		Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu		Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu	
	Podstawową wiedzę z zakresu zarządzania oraz umiejętność analitycznego myślenia.		Podstawową wiedzę na temat podejścia lean oraz agile. Umiejętność analitycznego myślenia.		Podstawową wiedzę na temat podejścia lean oraz agile. Umiejętność analitycznego myślenia.		Brak wymogów formalnych i merytorycznych.	
	SPOSOBY WERYFIKACJI EFEKTÓW KSZTAŁCENIA							
	ocena końcowa		ocena końcowa		ocena końcowa		ocena końcowa	
	<i>Adekwatne formy zaliczeń</i>	<i>Procent wpływu na ocenę końcową</i>	<i>Adekwatne formy zaliczeń</i>	<i>Procent wpływu na ocenę końcową</i>	<i>Adekwatne formy zaliczeń</i>	<i>Procent wpływu na ocenę końcową</i>	<i>Adekwatne formy zaliczeń</i>	<i>Procent wpływu na ocenę końcową</i>
	test wiedzy	80	test wiedzy	40	test wiedzy	60	test wiedzy	60
	ćwiczenia, zadania	20	projekty indywidualne	60	projekty zespołowe	40	case study zespołowo	40
	CELE EDUKACYJNE MODUŁÓW							
<i>Skatalogowane cele modułu</i>		<i>Skatalogowane cele modułu</i>		<i>Skatalogowane cele modułu</i>		<i>Skatalogowane cele modułu</i>		
Zapoznanie uczestników z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi zwinnego oraz szczupłego myślenia w biznesie. Kształtowanie wiedzy z zakresu źródeł marnotrawstwa w procesach biznesowych oraz umiejętności w zakresie ich pomiaru i analizy.		Dostarczenie wiedzy dotyczącej sposobów identyfikacji, standaryzacji i mapowania procesów. Kształtowanie umiejętności analizy procesów, identyfikowania strumieni wartości, rozwiązywania problemów występujących w przebiegu procesów oraz zwiększania ich skuteczności i sprawności.		Zapoznanie uczestników z metodami i narzędziami stosowanymi w celu ciągłego doskonalenia procesów według koncepcji lean i agile, ze szczególnym uwzględnieniem obszaru zapewnienia jakości oraz zarządzania produkcją.		Dostarczenie wiedzy i kształtowanie umiejętności z zakresu zwinnego zarządzania projektami: organizacji pracy zespołów, komunikacji, zarządzania czasem, priorytetyzacji celów oraz pracy, prowadzenia spotkań itp.		
TREŚCI PROGRAMOWE								
<i>Zakres merytoryczny modułu</i>		<i>Zakres merytoryczny modułu</i>		<i>Zakres merytoryczny modułu</i>		<i>Zakres merytoryczny modułu</i>		
1/ Geneza i rozwój podejścia lean i agile w zarządzaniu. 2/ Istota zarządzania procesowego. 3/ Marnotrawstwo w procesach - istota i przykłady. Pomiar procesów. 4/ Wdrażanie zasad myślenia szczupłego i zwinnego w przedsiębiorstwie.		1/ Identyfikacja i standaryzacja procesów w przedsiębiorstwie. 2/ Wartość dla klienta jako istota podejścia procesowego. Indentyfikacja strumieni wartości. 3/ Metody mapowania procesów oraz strumieni wartości. 4/ Elementy mapy strumienia wartości. Zasady konstruowania mapy i pomiaru procesów. 5/ Mapy stanu obecnego - kryteria i metody analizy. 6/ Mapy stanu przyszłego - stosowane podejścia, przykłady. 7/ Projektowanie procesów - podstawy BPMN. 8/ Narzędzia projektowania i analizy procesów biznesowych.		1/ Metody i narzędzia w zarządzaniu szczupłym i zwinnym - przegląd. Dom Toyoty. 2/ Zbieranie i wizualizacja danych. 3/ Mierniki oceny sprawności działania procesów. 4/ Statystyczna kontrola oraz sterowanie procesem. 5/ Metody i narzędzia ciągłego doskonalenia procesów. 6/ Metody i narzędzia zarządzania jakością w koncepcji lean. 7/ Metody i narzędzia szczupłego zarządzania produkcją.		1/ Techniki zarządzania projektami - przegląd. 2/ Idea zwinnego zarządzania projektami. 3/ Metodyki podejścia zwinnego. 4/ Zwinne szacowanie projektów. 5/ Organizacja zespołów projektowych. 6/ Zarządzanie listą zadań i jej porządkowanie. 7/ Raportowanie postępów projektu w koncepcji agile. 8/ Role i obowiązki kierownika projektu zwinnego. 9/ Zarządzanie ryzykiem w projektach.		
WYKAZ LITERATURY PODSTAWOWEJ I UZUPEŁNIAJĄCEJ								
<i>Zalecane pozycje literatury</i>		<i>Zalecane pozycje literatury</i>		<i>Zalecane pozycje literatury</i>		<i>Zalecane pozycje literatury</i>		
literatura podstawowa		literatura podstawowa		literatura podstawowa		literatura podstawowa		
1/ Bednarek M., Doskonalenie systemów zarządzania. Nowa droga do przedsiębiorstwa lean, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2007. 2/ Balle M., Balle F., Skuteczne zarządzanie, LEI, Wrocław 2017.		1/ Gawin B., Marcinkowski B., Symulacja procesów biznesowych. One Press, warszawa 2013. 2/ Czerska J., Doskonalenie strumienia wartości, Difin, Warszawa 2014. 3/ Jones D.T., Womack J.P., Zobaczyc całość strumienia wartości, LEI, Wrocław 2017.		1/ Hamrol A., Strategie i praktyki sprawnego działania, PWN, Warszawa 2018. 2/ Liker J.K., Convis G.L., Droga Toyoty do lean Leadership, MT Biznes, Warszawa 2012.		1/ Agile PM – Zwinne zarządzanie projektami, pr. zbiorowa, DSDM Consortium 2016. 2/ Cohn M., Agile. Metodyki zwinne w planowanie projektów, Helion, Gliwice 2018.		
literatura uzupełniająca		literatura uzupełniająca		literatura uzupełniająca		literatura uzupełniająca		
1/ Bitkowska A., Zarządzanie procesami biznesowymi w przedsiębiorstwie. Vizja press & IT, Warszawa 2009. 2/ https://lean.org.pl/lean/baza-wiedzy/artykuly/		1/ Drejewicz Sz., Zrozumieć BPMN - modelowanie procesów biznesowych. Helion, Gliwice 2017. 2/ Shook J., Rother M., Naucz się widzieć, LEI, Wrocław 2017.		1/ Ciesielski M., Instrumenty zarządzania łańcuchami dostaw, Wydawnictwo PWE, Warszawa 2008. 2/ Rother M., Harris R., Tworzenie ciągłego przepływu, Wrocław Center for Technology Transfer, Wrocław 2008. 3/ Shimokawa K., Fujimoto T., Lean Management. Narodziny systemu zarządzania, LEI, Wrocław 2011.		1/ Żmigrodzki M., Zarządzanie projektami dla początkujących, One Press, Gliwice 2018. 2/ Sutherland J., Scrum, czyli jak robić dwa razy więcej dwa razy szybciej, PWN, Warszawa 2015.		