

HARVARD BUSINESS REVIEW POLSKA
REKOMENDUJE

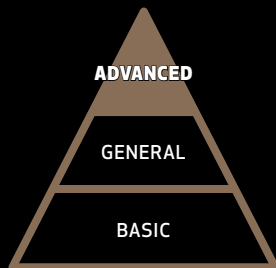
Advanced Executive Education



Piąta edycja w Polsce

Wybitni światowi eksperci i najnowsze metody budowy wartości firmy w warunkach niepewności i intensywnej konkurencji

Akademia Strategicznego PrzywództwaTM (Management II)



Ekskluzywny program rozwoju, gwarantujący faktyczny wzrost efektywności działań doświadczonych menedżerów: prezesów, członków zarządów, dyrektorów działów firm działających w Polsce

**Nabór do ostatnich grup
5. edycji trwa! Zapisz się na
www.ICANinstitute.pl/asp**

ICAN
INSTITUTE

Content provided by
HARVARD
BUSINESS
PUBLISHING

Szczegóły: str. 9-12, 14

Senior Executive Education

Program dla doświadczonych menedżerów wysokiego szczebla

Strategia + Przywództwo = Przewaga konkurencyjna

Misja:

- Celem Akademii Strategicznego Przywództwa™ jest udostępnienie polskim menedżerom programu rozwoju umiejętności na najwyższym światowym poziomie, w wygodnym formacie (10 dwudniowych sesji), po polsku (co ułatwia wymianę doświadczeń) oraz z uwzględnieniem kontekstu działania polskich firm.
- Trenerami w programie są wybitni światowi i polscy eksperci, praktycy biznesu.
- Program łączy praktyczne, interaktywne zajęcia (warsztaty) oparte o metodę studiów przypadku (Harvard case study method) oraz nowoczesne metody (wykłady on-line profesorów Harvard Business School oraz Stanford School of Business), portal wiedzy *Harvard Business Review Polska*, multimedialne studia przypadków oraz wirtualną bibliotekę doświadczeń światowych liderów.
- Dzięki łączeniu klasycznych i nowoczesnych metod dydaktycznych, koszt programu w przeliczeniu na dzień szkoleniowy jest znacząco niższy niż podobnych programów w wiodących szkołach biznesu na świecie, przy jednoczesnym utrzymaniu najwyższej światowej jakości.
- Uczestnicy otrzymują dodatkowe korzyści w postaci coachingu oraz dostępu do narzędzi i bibliotek wiedzy, co zwiększa wartość programu w relacji do ceny.
- Tematyka każdej edycji koncentruje się na najbardziej aktualnych problemach wynikających z ogólnej sytuacji makroekonomicznej.
- Program każdej edycji aktualizowany jest przez Radę Programową.

Rada Programowa:



Dr Wiesław Rozłucki

były prezes i twórca Polskiej Giełdy Papierów Wartościowych, obecnie senior advisor to Rothschild Polska and Warburg Pincus International



Dr Mikołaj Piskorski

Profesor Nadzwyczajny Harvard Business School, Cambridge USA



Dr Witold Jankowski

Redaktor Naczelny Harvard Business Review Polska



Mark Gottfredson

Partner (Head of Global Performance Improvement Practice), Bain & Company



Andrzej Jacaszek

Wydawca Harvard Business Review Polska



Berry Trailer

Partner Zarządzający CSO Index, California USA



Paula Wąsowska

Dyrektor ds. Rozwoju Rynku w Europie Centralnej, Cisco Systems



Paweł Motyl

Dyrektor Generalny ICAN Institute



ICAN
INSTITUTE

**Najnowsza wiedza
dla praktyków biznesu**

Szanowni Państwo,

W imieniu ICAN Institute oraz *Harvard Business Review Polska*, mamy przyjemność zaprosić Państwa do udziału w piątej edycji programu **Akademia Strategicznego Przywództwa™**.

Celem Akademii Strategicznego Przywództwa™ jest udostępnienie wiodącym polskim menedżerom programu w wygodnym formacie, po polsku i z uwzględnieniem kontekstu działania polskich firm, po atrakcyjnym koszcie uczestnictwa. Kluczową zaletą programu są zasoby Harvard Business Publishing takie jak wykłady on-line Faculty Seminar Series, dostępna po raz pierwszy w Polsce biblioteka wideo zawierająca kilkadziesiąt studiów przypadku opisanych przez czołowe postacie światowego biznesu oraz komentarze autorytetów strategii i zarządzania z wiodących uczelni świata. **Dzięki wykorzystaniu tych materiałów, uczestnicy otrzymają wiedzę z pierwszej ręki, na poziomie najlepszych szkół biznesu, przekazaną przez najwybitniejszych światowych ekspertów.**

Ten zaawansowany program oferuje najnowsze techniki zarządzania stosowane do najważniejszych aktualnych wyzwań stojących przed firmami. W obecnej edycji szczególnie dużo uwagi będzie poświęcone zarządzaniu w czasie wychodzenia z kryzysu i zarządzaniu rozwojem na złożonych rynkach z dużą niepewnością strategiczną.

Warto wspomnieć też o pozostałych, sprawdzonych cechach programu: pasjonujących sesjach, prowadzonych wyłącznie przez doświadczonych praktyków, bezpłatnym dostępie do prenumeraty i biblioteki wiedzy *Harvard Business Review Polska*, a także indywidualnych konsultacjach i coachingu w zakresie konkretnych problemów, przed którymi stoi uczestnik lub jego firma.

W poprzednich edycjach wzięło udział ponad 400 wybitnych menedżerów wysokiego szczebla.

Jak pokazują nasze doświadczenia, poparte opiniami Absolwentów dotychczasowych edycji Akademii Strategicznego Przywództwa™, udział w programie przekłada się na **faktyczny wzrost efektywności** funkcjonowania zarówno menedżera, jak i firmy, w której pracuje.

Zapraszamy do wzięcia udziału w najnowszej edycji programu Akademia Strategicznego Przywództwa™!

Z poważaniem i życzeniami sukcesów

Witold Jankowski *Wiesław Rozłucki*

dr Witold Jankowski
redaktor naczelny
Harvard Business Review Polska

dr Wiesław Rozłucki
przewodniczący Rady Programowej
Akademii Strategicznego Przywództwa

Wymierne korzyści:

- ▶ Dostęp do najnowszych metod użytecznych w trudnych warunkach rynkowych
- ▶ Poprawa skuteczności działania
- ▶ Możliwość oceny własnych pomysłów
- ▶ Pogłębienie wiedzy i zdobycie reputacji czołowego menedżera
- ▶ Indywidualny coaching

Postaw na wiedzę jako narzędzie walki w trudnych realiach!

Czym jest program **Akademia Strategicznego Przywództwa™**

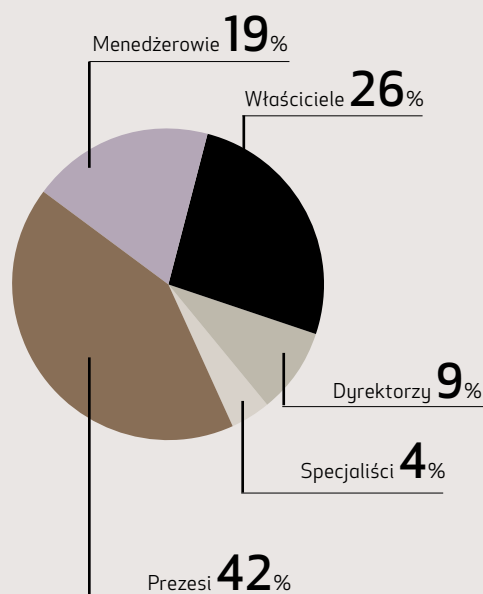
Menedżerowie, którzy odnoszą sukces w biznesie, wiedzą, że nawet mając długoletnie doświadczenie w biznesie, potrzebują **ciągłego dostępu do nowych technik i metod zarządzania.**

Celem **Akademii Strategicznego Przywództwa™** (Management II) jest umożliwienie polskiemu menedżerom skorzystania z programu rozwoju na najwyższym światowym poziomie, w wygodnym formacie, w języku polskim i po atrakcyjnej cenie.

Uczestnicy **Akademii Strategicznego Przywództwa™** (Management II) to zwykle doświadczeni menedżerowie, którzy już opanowali zasady zarządzania na poziomie podstawowej wiedzy funkcjonalnej (np. programy typu Management 2000–2011™ lub ich odpowiedniki). Programy Management 2000–2011™ (lub ekwiwalentne programy) oferują swoim absolwentom podstawy efektywnego zarządzania, dając przegląd wiedzy na temat poszczególnych funkcji w organizacji oraz technik niezbędnych osobom zajmującym kluczowe stanowiska w firmach.

Akademia Strategicznego Przywództwa™ przekazuje z kolei uczestnikom know-how i narzędzia na jeszcze wyższym poziomie, pozwalające na optymalne zintegrowanie wiedzy na temat poszczególnych funkcji przedsiębiorstwa (zarządzanie finansami, sprzedaż, marketing, HR) i podporządkowanie jej długoterminowemu celowi budowy stabilnej i trwałej wartości organizacji. **Jest to najnowsza wiedza, której aplikacja koncentruje się na najbardziej aktualnych problemach określonych obecną sytuacją makroekonomiczną.**

Profil uczestnika



Sprawdź czy jest to program dla Ciebie!

Odpowiedz na pytania w specjalnym teście na stronie

www.icaninstitute.pl/ASP/test

Hierarchia typów programów

ADVANCED EXECUTIVE EDUCATION

np. **Akademia Strategicznego Przywództwa™**

Wykorzystując wiedzę funkcjonalną z poziomu podstawowego i w oparciu o nią budując zaawansowane umiejętności – w tym przypadku kompetencję wykorzystywania dźwigni wzrostu wartości firmy poprzez zarządzanie strategiczne i przywództwo. Programy **Advanced Executive Education** przekazują najnowszą wiedzę stosowaną obecnie przez najlepszych na świecie i stanowią podstawę budowania kompetencji organizacyjnych, które mogą przyczynić się do tworzenia przewagi konkurencyjnej w oparciu o najnowsze metody zarządzania.

PODSTAWOWE PROGRAMY ROZWOJU MENEDŻERÓW

np. programy typu **Management 2000–2011™**

Dostarczają podstawowych umiejętności zarządzania firmą z punktu widzenia członka zarządu. Koncentrują się na takich obszarach funkcyjnych, jak: strategia, finanse, sprzedaż, marketing, zarządzanie zasobami ludzkimi. Są adresowane do menedżerów wysokiego szczebla, których doświadczenia skupiały się dotychczas na jednym obszarze, na przykład sprzedaży lub HR, a którzy potrzebują szerszego spojrzenia i wzbogacenia swojej wiedzy w innych obszarach funkcjonowania firmy.

AKADEMIA STRATEGICZNEGO PRZYWÓDZTWA™

Budowanie wartości firmy za pomocą najnowszych metod w odpowiedzi na aktualne wyzwania

MARKETING

STRATEGIA

FINANSE

SPRZEDAŻ

ZASOBY LUDZKIE

LOGISTYKA

Podstawy zarządzania strategicznego

Najnowsze trendy w strategii: poznaj jak sieć zmienia firmę i relację z klientem

Portale i media społecznościowe takie jak Facebook, Twitter czy Nasza-Klasa, stają się nowymi gwiazdami na internetowej scenie. Chociaż szanse i możliwości wydają się nieograniczone, niewiele firm naprawdę rozumie i potrafi zorganizować dialog w tym nowym środowisku. Jeszcze mniej wie, jak na tym zarobić.

Moje badania pokazują, że efektywne wykorzystanie nowego medium jest możliwe tylko wtedy, gdy firmy zupełnie zmienią swój dotychczasowy sposób podejścia. Społeczności w internecie nie mogą być traktowane jako kolejny kanał komunikacji – zamiast tego trzeba myśleć, w jaki sposób mój produkt i moja usługa pomagają ludziom budować relacje z innymi ludźmi. Mają one kluczowe zastosowanie zarówno w sektorach B2C jak i B2B.



Mikołaj Jan Piskorski

profesor Harvard Business School,
światowej sławy ekspert w dziedzinie
strategii i użytkowania w biznesie
sieci społecznościowych.
twórca „Social Strategies” dla firm.



Porównanie

podstawowych programów rozwoju menedżerów (np. Management 2000–2011™) i Akademii Strategicznego Przywództwa™

Akademia Strategicznego Przywództwa™



TYP PROGRAMU

- ▶ Advanced Executive Education

Najnowsze światowe techniki zarządzania zastosowane do najważniejszych, **aktualnych** wyzwań stojących przed firmami.

W edycji 2010/2011 szczególny nacisk będzie położony na zarządzanie w fazie wychodzenia z kryzysu oraz w warunkach zwiększonej niepewności strategicznej.

TYPOWI UCZESTNICY

- ▶ Osoby zarządzające firmą: prezesi, dyrektorzy generalni, członkowie zarządów, dyrektorzy business unitów oraz właściciele, zainteresowani strategiami i narzędziami budowy trwałej wartości firmy.
- ▶ Absolwenci programów Management 2000–2011™ lub programów Executive MBA wiodących szkół biznesu.
- ▶ Menedżerowie, których działalność ma istotny wpływ na formułowanie lub wdrażanie strategii firmy. Liderzy zmian w firmie.

Podstawowe programy rozwoju menedżerów (np. Management 2000–2011™)



Rozwój **kluczowych kompetencji menedżerskich** do zastosowania w typowych sytuacjach biznesowych

- ▶ Menedżerowie zarządzający poszczególnymi działami, którzy awansowali do zarządu lub stoją przed perspektywą awansu do zarządu.
- ▶ Zarządzający firmami, którzy nie mieli uprzednio formalnego wykształcenia menedżerskiego.
- ▶ Właściciele zarządzający firmami, które poprzez rozwój dojrzały do profesjonalnego zarządzania.

OPINIE UCZESTNIKÓW:

...Nie chciałam, żeby przegonił mnie mój własny biznes...

Firma Pani Teresa Medica zajmuje się produkcją wyrobów tekstylnych i dziewiarskich do zastosowania w ochronie zdrowia i profilaktyce. W pewnym momencie, w związku z rozwojem firmy, dostrzegłam potrzebę podniesienia zarządzania na wyższy, profesjonalny poziom. Dlatego zdecydowałam się na uczestnictwo w programie Management. Po skończeniu tego programu wprowadziłam w firmie wiele korzystnych zmian. Zachęcona tymi wynikami zapisałam się na program Akademia Strategicznego Przywództwa, który stał się dla nas cennym źródłem inspiracji przy budowie krótko- i długofalowych strategii.

Anna Sobkowiak

właściciel większościowej
przewodnicząca Rady Nadzorczej
Pani Teresa Medica SA



ZAKRES TEMATYCZNY

- ▶ Budowa trwałej wartości firmy: strategie i techniki efektywnego integrowania poszczególnych funkcji na rzecz podnoszenia efektywności biznesowej i zapewnienia stabilnego wzrostu.
- ▶ Koncentracja na zaawansowanych obszarach zarządzania strategicznego i przewodzenia organizacjom w dynamicznym otoczeniu rynkowym. Połączenie perspektyw lokalnych (Polska, Europa) i globalnej.
- ▶ Konieczność konkurowania w bardziej złożonych formach niż niski koszt/niska cena. Utrzymywanie przewagi konkurencyjnej.
- ▶ Podejmowanie strategicznych decyzji biznesowych na podstawie niepełnej informacji.
- ▶ Holistyczne podejście do przywództwa i zarządzania zmianą. Większy nacisk na praktyczne narzędzia i procesy pracy lidera. Podnoszenie własnych umiejętności przywódczych poprzez łączenie profilu osobistego z wymaganiami przywódczymi w kontekście strategii danej firmy. Kreowanie liderów w firmie.

- ▶ Kompleksowe programy koncentrujące się na podstawowych obszarach, takich jak: strategia, finanse, marketing, zarządzanie ludźmi.
- ▶ Pozwalają na uporządkowanie i usystematyzowanie procesu zarządzania strategicznego i zarządzania ludźmi oraz poprawę wybranych strategii funkcjonalnych (np. strategia marketingowa).

METODOLOGIA

NOWOŚCI W 2011

- ✓ **Lekcje Praktyków:** multimedialna biblioteka zawierająca wideoprezentacje, w których czołowi przedstawiciele świata biznesu dzielą się tajemnicami swoich sukcesów. W sumie 1000 wypowiedzi!
- ✓ **Nowe nagrania najlepszych wykładów** profesorów Harvard Business School i Stanford Graduate School of Business w języku polskim – dostępne on-line.
- ✓ **Interaktywny program decyzyjny Harvard Business Publishing:** Przewodzenie zespołom przy użyciu narzędzi inteligencji emocjonalnej.
- ✓ **Konsultacje z wykładowcami** w trakcie trwania programu w zakresie omawianych zagadnień.
- ✓ **Indywidualny coaching** w zakresie potrzeb i dylematów indywidualnych uczestników i ich konkretnych wyzwań.

- ▶ Wykłady, studia przypadków, gry biznesowe, warsztaty tematyczne, projekty.

Metodyka:

aktywne uczestnictwo,
nauka poprzez praktykę

Metodyka opiera się na filarach:

1 Metoda studiów przypadku Harvard Business School

Uczestnicy programu będą pracować na **studiach przypadku, starannie dobranych do specyfiki polskiego rynku i przetłumaczonych na język polski oraz uzupełnionych konkretnymi narzędziami implementacyjnymi**. Praca indywidualna i w podzespołach, na realnych przypadkach z całego świata, pozwoli też na optymalne wykorzystanie głębokiej wiedzy i doświadczeń zgromadzonych przez samych uczestników. Dla wielu zarządzających, uskarżających się często na „samotność na szczycie”, jest to niezwykła okazja do skonfrontowania swoich koncepcji z osobami z podobnego poziomu wiedzy i doświadczenia, ale reprezentującymi inne sektory oraz firmy innej wielkości. Sesje są źródłem inspiracji i wiedzy płynącej nie tylko z omawianego materiału, ale również od innych uczestników.

NOWOŚĆ: zwiększona liczba studiów przypadku odpowiadających polskim realiom rynkowym



Zajęcia są podzielone na dziesięć dwudniowych sesji, które odbywają się raz w miesiącu. Ostateczna struktura grup będzie ustalona po konsultacjach z uczestnikami.

2 Podejście blended learning

Podobnie jak pozostałe programy ICAN Institute, program **Akademia Strategicznego Przywództwa™** realizowany jest według metody blended learning. Sesje warsztatowe z wykładowcami-praktykami uzupełnione są pracą uczestników we własnym zakresie, zarówno w oparciu o dodatkowe materiały otrzymane na sesji (kwestionariusze, narzędzia implementacyjne, reprintsy artykułów z *Harvard Business Review Polska*, studia przypadku), jak i z wykorzystaniem narzędzi multimedialnych: wykładów Harvard Business Publishing Faculty Seminar Series oraz multimedialnej biblioteki zawierającej setki wypowiedzi czołowych postaci światowego biznesu oraz komentarzy autorytetów strategii i zarządzania z wiodących uczelni świata.

Podejście to gwarantuje najwyższą skuteczność programu rozwojowego, którego uczestnicy – obok praktycznej wiedzy i inspiracji do działania – uzyskują możliwość natychmiastowego wykorzystania umiejętności w miejscu pracy.

3 Wybitni wykładowcy – wykłady w języku polskim

Wykładowcami i trenerami w programie są wybitni światowi i polscy eksperci oraz praktycy biznesu. Ich wspólną cechą jest praktyczność i zrozumienie potrzeb menedżerów wyższego szczebla. Wszyscy wykładowcy znają język polski, dzięki czemu mogą także efektywnie pełnić rolę doradców i coachów dla uczestników programu.

Pełna lista wykładowców: patrz str. 18-19



4 Wykłady on-line najwybitniejszych profesorów Harvard Business School oraz Stanford Graduate School of Business



Każdy uczestnik programu dostaje dostęp do 20 wykładów on-line najwybitniejszych profesorów Harvard Business School oraz Stanford Graduate School of Business. Wykłady te zostały zarejestrowane w trakcie programów Advanced Executive Education dla doświadczonych menedżerów w Harvard Business School.

W ten sposób, każdy uczestnik programu Akademia Strategicznego Przywództwa™ może skorzystać z identycznego dostępu do najwybitniejszych światowych ekspertów zarządzania, jak uczestnicy programów w wiodących szkołach biznesu (po znacznie niższym koszcie i z możliwością wielokrotnego wysłuchania wykładu).

Uczestnicy otrzymują dostęp do wszystkich 20 wykładów on-line w czasie trwania programu. Mogą wracać do każdego z nich dowolną ilość razy oraz wykorzystywać wszystkie materiały towarzyszące. W czasie warsztatów tematyka wykładów będzie pogłębianą i rozwijana.

Każdy wykład jest przetłumaczony na język polski i towarzyszą mu dodatkowe materiały edukacyjne, takie jak:

- ▶ transkrypt pełnej treści wykładu
- ▶ slajdy z prezentacji
- ▶ dodatkowe materiały wideo nagrane podczas warsztatów z uczestnikami programów
- ▶ dodatkowe materiały drukowane, takie jak artykuły *Harvard Business Review*
- ▶ kwestionariusze diagnostyczne, audyty i procedury działania

5 Interaktywny program decyzyjny Harvard Business Publishing

Przewodzenie zespołom przy użyciu narzędzi inteligencji emocjonalnej:

- ▶ praktyczna wiedza na temat inteligencji emocjonalnej i społecznej
- ▶ liczne narzędzia wdrożeniowe, w tym gotowe do wykorzystania kwestionariusze oceny inteligencji emocjonalnej na poziomie indywidualnym i zespołowym



6 Wirtualna biblioteka wideo



Ponad 150 uznanych światowych liderów biznesu dzieli się swoimi doświadczeniami w kluczowych obszarach zarządzania. Biblioteka składa się z 1000 krótkich wideoprezentacji dotyczących typowych problemów i dylematów menedżerskich. Szczególną rolę pełnią dylematy, wymagające głębi i rozważki, które daje doświadczenie i praktyka.

Szczegóły na str. 14-15

7 Bezpłatne konsultacje z trenerami ICAN Institute w trakcie trwania programu

W trakcie trwania programu każdy uczestnik będzie rozwiązywał problemy swojej firmy, wyszukując i projektując właściwe rozwiązania. Trenerzy ICAN Institute nie tylko uczą jakie metody stosować, ale także udzielają uczestnikom dodatkowych konsultacji, za które nie pobierają żadnych dodatkowych opłat.

8



Indywidualny coaching

Każdy z uczestników dostanie możliwość skorzystania z 12 godzin bezpłatnego coachingu w wybranych przez siebie problemach z obszarów: strategii, strategii marketingowej i relacji z klientem, zarządzania ludźmi i podejmowania decyzji.

Szczegóły na str. 26

Zawartość merytoryczna

Program omawia poszczególne dzwignie mające wpływ na budowę i zarządzanie wartością firmy oraz praktyczne metody ich integrowania. Sesje poświęcone są aspektom zarówno strategicznym, jak i operacyjnym.

	Sesja I:	Sesja II:	Sesja III:
Tematyka sesji (Sesja = 2 dni szkoleniowe)	Budowanie zyskowności i wzrostu wartości aktywów firmy: nowe trendy w strategicznym budowaniu wartości firmy	Wzrost wartości firmy a strategia rozwoju	Efektywne podejmowanie decyzji : wymiar strategiczny i operacyjny
Warsztaty oparte na studiach przypadku ICAN INSTITUTE	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Lekcje z ostatniego kryzysu: kto przegrał, kto wygrał i dlaczego; jak „wyparowywała” i jak tworzono nową wartość ▶ Od tradycyjnego do „sieciowego” modelu zarządzania strategicznego ▶ Proces tworzenia wartości firmy: od propozycji wartości dla klienta (value proposition) przez konkurencyjną ofertę wartości (competitive offering) do wartości firmy (company value) ▶ 4 imperatywy zyskowego rozwoju ▶ Strategia upraszczania a rozwój ▶ Ewolucja branż i pojawianie się przełomowych innowacji, czyli jak tworzy się i jak jest niszczone wartość ▶ Przełomowa a podtrzymująca innowacja ▶ Jak wykorzystać logikę rozwoju branż do rozwoju firmy ▶ Migracja wartości i powstawanie „wolnej przestrzeni rynkowej” ▶ Zjawisko „przestrzelenia” a powstanie „oferty minimalistycznej” ▶ Jak budować w firmie kompetencję strategicznej innowacji ▶ Kiedy lepiej być innowatorem a kiedy imitatorem <li style="background-color: #f0f0f0;">Specjalny warsztat: □ Jak polskie firmy mogą wykorzystać przełomowe innowacje 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Jak niezdyktynowany rozwój zabija zyskowność i wartość firmy ▶ Bariery rozwoju firmy ▶ Proces innowacji strategicznej a tworzenie wartości firmy ▶ Innowacja w sferze wartości (value innovation) a koncepcja „błękitnych oceanów” (blue ocean strategy): kiedy ma sens, a kiedy nie ▶ Rozwój wokół rdzenia (core) a rozwój wykraczający poza rdzeń ▶ Metodologia „światła drogowego” jako narzędzie zarządzania ryzykiem w procesie rozwoju firmy ▶ Strategia konkurencyjna i jej rola w tworzeniu i niszczeniu wartości firmy ▶ Zarządzanie relacją z konkurencją (między walką a kooperacją) ▶ Symetryczna a asymetryczna konkurencja; od diagnozy do wyboru odpowiedniej strategii ▶ Tworzenie i utrzymywanie zdobytej przewagi ▶ Powody utraty przewagi konkurencyjnej (imitacja, substytucja, hold-up i ociężałość) oraz przeciwdziałania ▶ Adaptacyjność strategiczna i organizacyjna <li style="background-color: #f0f0f0;">Specjalny warsztat: □ Strategia konkurencyjna w warunkach niepewności oraz intensywnej rywalizacji 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Tajniki efektywnego procesu podejmowania decyzji: 6 kroków według Petera Druckera ▶ Warsztat multimedialny: Podejmowanie decyzji w warunkach niepełnej informacji – program oparty na studiach przypadku Roberta McNamary ▶ Zarządzanie informacją w procesie decyzyjnym – od braku do nadmiaru informacji ▶ Podejmowanie decyzji w zespole: wpływ dynamiki grupy na efektywność procesu decyzyjnego ▶ Rola lidera w kształtowaniu kompetencji decyzyjnej zespołu ▶ Studium przypadku Mount Everest: analiza przyczyn (root cause analysis) jako narzędzie optymalizacji procesu decyzyjnego; pułapki i ograniczenia podejścia analitycznego ▶ Warsztat multimedialny Columbia’s Final Mission: w jaki sposób kultura organizacyjna wpływa na podejmowanie decyzji? ▶ Najczęściej spotykane pułapki w procesie podejmowania decyzji ▶ Intuicyjne podejmowanie decyzji: kiedy prowadzi do lepszych wyborów, a kiedy nie; jak zarządzać własną intuicją ▶ Podejmowanie etycznych decyzji w biznesie: kryteria prof. Josepha Badaracco

Faculty Seminar Series

Content provided by



CLAYTON M. CHRISTENSEN
Harvard Business School

Ewolucja branż a szanse na rozwój: rola przełomowych i podtrzymujących innowacji



LYNDA M. APPLGATE
Harvard Business School

Jak stymulować przedsiębiorczą innowację (Jumpstarting Entrepreneurial Innovation)



PANKAJ GHEMAWAT
Harvard Business School

Utrzymywanie przewagi konkurencyjnej



DAVID B. YOFFIE
Harvard Business School

Dlaczego niektóre firmy pokonują silniejszych rywali, podczas gdy innym to się nie udaje?



MICHAEL A. ROBERTO
Harvard Business School

Strefa śmierci: nauki dla liderów płynące z tragicznych wypraw na Everest w 1996 roku



JOSEPH L. BADARACCO, JR.
Harvard Business School

Decydujące momenty: podstawy podejmowania moralnych decyzji

Sesja IV: Rola struktury i kultury organizacyjnej w procesie budowy wartości firmy	Sesja V: Przywództwo tworzące wartość: budowanie zaangażowania pracowników	Sesja VI: Przywództwo w praktyce – role lidera, realizacja (execution) i komunikacja	Sesja VII: Zarządzanie przychodami i kosztami: nowe trendy i narzędzia
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Kluczowe czynniki wpływające na zdolność do wdrożenia strategii: struktura, ludzie, procesy i kultura organizacyjna ▶ Na czym polega model PARC ▶ Struktura jako narzędzie koordynacji: nowe przemyślenia ▶ Struktura, która wspiera uczenie się i rozwój ▶ Zmiana podejścia do kultur organizacyjnych: pomiędzy stabilizacją a elastycznością kulturową ▶ Strategiczny kontekst budowania proefektywnościowej kultury organizacyjnej ▶ Adekwatność kultury do misji, wizji, wartości i strategii organizacji ▶ Kultury kontrefektywnościowe, czyli w jaki sposób nieadekwatny model kultury może obniżyć wartość firmy (studia przypadku) ▶ Eliminowanie kulturowych barier dla zaangażowania pracowników ▶ Specjalny warsztat: □ Budowa i wzmocnienie proefektywnościowej kultury organizacyjnej poprzez modyfikacje w narzędziach systemu zarządzania zasobami ludzkimi 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Najnowsze trendy i doświadczenia w zakresie budowania zaangażowania pracowników ▶ Czynniki wpływające na stopień zaangażowania zatrudnionych ▶ Techniki motywowania pracowników klasy A, B i C ▶ Zarządzanie talentami jako źródło przewagi konkurencyjnej ▶ Najczęstsze błędy w systemach zarządzania talentami – jak ich uniknąć? ▶ Nowe podejście do zarządzania potencjałem rozwojowym; podejście do High Potentials w organizacjach o różnej wielkości i w różnych sektorach rynku ▶ Rozwój liderów w organizacji i narzędzia budowy spójności kulturowej ▶ Metody rozwoju zawodowego: od szkoleń do mentoringu ▶ Różne formy coachingu w procesie rozwojowym – najnowsze trendy ▶ Zarządzanie wynikami pracy (Performance Management) i ocena pracowniczka ▶ Specjalne warsztaty: □ Dopasowanie systemów zarządzania talentami i zarządzania wynikami pracy do specyficznej organizacji □ Znaczenie modelu biznesowego, strategii konkurencyjnej oraz wartości i kultury organizacyjnej 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Warsztat multimedialny: realizacja zadań lidera w zależności od typu wyzwań ▶ Style przywódcze a zadania lidera ▶ Rola oceny 360 stopni w rozwoju przywództwa ▶ Okno Johariego, czyli w jaki sposób zbudować plan usprawnienia swoich relacji interpersonalnych? ▶ Rola komunikacji w procesie organizacyjnego uczenia się ▶ Efektywny dialog w biznesie – podstawowe założenia i najważniejsze warunki brzegowe ▶ Od złej komunikacji do złych decyzji – typologia problemów i błędów ▶ Zasady prowadzenia produktywnego dialogu biznesowego (w tym ćwiczenia fakt/konkluzja i drabina wnioskowania) ▶ Trudne sytuacje biznesowe i trudne konwersacje w biznesie ▶ Jakie są najczęstsze przyczyny impasu w rozmowach biznesowych i jak z nich wybrnąć? ▶ Specjalne warsztaty: □ Trudne sytuacje biznesowe i trudne konwersacje w biznesie ▶ Interaktywny warsztat: □ Przewodzenie zespołom przy użyciu narzędzi inteligencji emocjonalnej 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Narzędzia zarządzania przychodami: polityka cenowa, polityka rabatowa, segmentacja oferty ▶ Praktyczne metody identyfikacji elastyczności cenowej (price elasticities) do zastosowania w działaniach operacyjnych ▶ Jak zmienić ofertę produktową (co odjąć, co dodać, co połączyć, co rekonfigurować?) ▶ Kiedy łączyć w pakiety (bundling), a kiedy rozbić istniejące oferty (unbundling) ▶ Praktyczne metody etycznego (zgodnego z większą wartością dla klienta) podnoszenia cen bez wywoływania oporu klienta ▶ Jak używać ceny jako wskaźnika wartości (value predictor) produktów o niskim zaangażowaniu klienta (low involvement products) ▶ Jak zmieniać ceny kiedy zmieniają się koszty, przy wykorzystaniu tzw. korytarza cena-wartości ▶ Typowe źródła i powody eskalacji kosztów ▶ Identyfikacja kosztów nietworzących wartości ▶ Typowe błędy związane z próbami ograniczania kosztów ▶ Jak efektywnie ciąć koszty



JOHN ROBERTS
Stanford Graduate School of Business
Tworzenie struktur, które stymulują rozwój organizacji



DAVID A. GARVIN
Harvard Business School
Zdobycie przewagi konkurencyjnej za pomocą organizacyjnego uczenia się

Interaktywny warsztat:

Przewodzenie zespołom przy użyciu narzędzi inteligencji emocjonalnej



WILLIAM W. GEORGE
Harvard Business School

Autentyczne przywództwo



THOMAS J. DELONG
Harvard Business School
Znaczenie aktorów drugoplanowych w efektywnych firmach



CHIP HEATH
Stanford Graduate School of Business
Sztuka perswazji



MARGARET A. NEALE
Stanford Graduate School of Business
Skuteczne negocjacje



BENSON B. SHAPIRO
Harvard Business School
Ekspresowa sprzedaż i rozwój z turbodoładowaniem



DAS NARAYANDAS
Harvard Business School
Zarządzanie rynkami, ich segmentami i relacjami z klientami

Wyjątkowy autorski warsztat **Profesora Mikołaja Piskorskiego**

Wyjątkowy autorski warsztat **Wiesława Rozłuckiego**

	Sesja VIII:	Sesja IX:	Sesja X:
Tematyka sesji (Sesja = 2 dni szkoleniowe)	Zarządzanie niematerialnymi aktywami firmy: budowanie marki i kapitału klienckiego	Rewolucja w sieci: jak sieci społecznościowe zmieniają strategię, marketing i relację z klientem B2C i B2B	Finansowe i niefinansowe bariery rozwoju firmy: jak je przezwyciężyć i budować organizacje spełniające wymogi ładu korporacyjnego
Warsztaty oparte na studiach przypadku ICAN INSTITUTE	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Rola marki w sektorze B2B i B2C: podobieństwa i różnice ▶ Jak powstaje kapitał marki i jak wpływa na wartość firmy ▶ Rola marki w komunikacji marketingowej: nowe trendy ▶ Marka produktu a marka firmy ▶ Architektury i systemy marek ▶ Strategie rozszerzania marki ▶ Typowe błędy w zarządzaniu marką i jak ich uniknąć ▶ Kapitał kliencki (customer capital) i jego rola w budowie wartości firmy ▶ Narzędzia budowania trwałych i zyskowych relacji ▶ Nowe doświadczenia w zakresie programów lojalnościowych i klubów klienta; co działa, a co nie ▶ Jak rozwiązać odwieczny konflikt między marketingiem a sprzedażą ▶ Rola sprzedaży w procesie budowy relacji z klientem ▶ Sprzedaż transakcyjna, konsultacyjna i strategiczna ▶ Organizacja zorientowana na klienta: jej cechy i jak ją budować ▶ Konkurowanie w oparciu o serwis: między wartością dodaną a sprawnością operacyjną ▶ Specjalne warsztaty: □ Analiza źródeł sukcesu najlepszych polskich marek □ Jak zwiększyć satysfakcję klienta bez zwiększania kosztów 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Sieci społecznościowe a strategia firmy ▶ Przegląd nowych zjawisk i portali w internecie: media społecznościowe, opiniotwórcze, matrymonialne, gry społeczne, wiki, blogi itp. ▶ Od socjologii do Social Strategy: Jak generować przychody ▶ Jakie są podstawowe modele biznesowe, które pozwolą ci „uspołeczniać” produkty (studia przypadku, rezultaty biznesowe) ▶ Marketing 2.0 – jak taniej pozyskiwać i monetyzować klientów ▶ Sieci społecznościowe B2C oraz B2B ▶ Technologia i implementacja: Jak działają platformy typu Facebook i LinkedIn, co można na nich osiągnąć, jak się będą zmieniać? ▶ Zmiany w sposobie sprzedaży w celu osiągnięcia ponadprzeciętnych wyników przez ten kanał dystrybucji ▶ Jak budować własne rozwiązania, aby angażować uczestników sieci do tworzenia nowych produktów lub uzupełniania obecnej oferty ▶ SOCIAL MEDIA W POLSCE □ Społeczności w badaniach i badania w społecznościach □ Potencjał społeczności internetowych w zwiększaniu efektywności badań marketingowych ▶ BONUS: SPECJALNY WARSZTAT □ „Zaplanuj Social Strategy dla własnej firmy lub jej produktu”. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Lekcje z ostatniego kryzysu finansowego: wymiar światowy i polski ▶ Etapy rozwoju firmy: kiedy pojawiają się finansowe i niefinansowe bariery ▶ „No men’s land” czyli sfera, kiedy nawet najlepsza firma wpada w pułapkę rozwoju ▶ Finansowe i niefinansowe bariery rozwoju: jak je przezwyciężyć ▶ Opcje finansowania rozwoju: kredyt, private equity, giełda... i inne ▶ Jak wybierać właściwą dla siebie opcję finansowania ▶ Finansowanie operacyjne: nowe narzędzia i możliwości ▶ Zarządzanie relacjami z instytucjami i rynkami finansowymi ▶ Budowa firmy atrakcyjnej dla rynków finansowych: co się za tym kryje ▶ Budowanie ładu korporacyjnego (corporate governance) ▶ Nowe trendy i narzędzia zarządzania korporacyjnego ▶ Polskie doświadczenia na tle doświadczeń światowych

Faculty Seminar Series

Content provided by



YOUNGME E. MOON
Harvard Business School
Pozycjonowanie marki



JOEL M. PODOLNY
Harvard Business School
Sztuka efektywnego i wydajnego networkingu



JOSH LERNER
Harvard Business School
Terazniejszość i przyszłość private equity



FRANCIS X. FREI
Harvard Business School
Jak wykorzystać potencjał tkwiący w kliencie?



ROHIT DESHPANDE
Harvard Business School
Tworzenie kultury organizacyjnej nakierowanej na klienta



DAVID BRADY
Harvard Business School
Corporate Social Responsibility

*Kluczowym wyzwaniem
każdej firmy jest zyskowny
rozwój: niestety nie jest to
takie proste...*

Nowoczesna gospodarka stawia przed kadrą zarządzającą poważne wyzwania: podnoszenie efektywności i optymalizacja kosztów, budowanie przewag konkurencyjnych i nowych modeli biznesowych, definiowanie źródeł przełomowych i podtrzymujących innowacji oraz dobór nowych technologii. **Program Akademia Strategicznego Przywództwa™ jest w moim przekonaniu doskonałą odpowiedzią na te wyzwania. Stanowi cenne źródło inspiracji i wiedzy na temat najlepszych światowych praktyk oraz bieżących trendów rynkowych.** Wyjątkowość programu polega na podejściu nakierowanym na kształtowanie postaw zarządczych i przywódczych oraz otwartości na zmiany. W programie będę dzielić się z Państwem moimi doświadczeniami w zakresie innowacji oraz zarządzania rozwojem biznesu – mam w tym obszarze interesujące doświadczenia zarówno ze Stanów jak i z Europy Środkowej.

Każdemu członkowi kadry zarządczej, który podejmuje decyzje o charakterze strategicznym w przedsiębiorstwie, serdecznie polecam ten program. Z mojej strony dołożę wszelkich starań aby uczestnicy wyszli nie tylko z nową wiedzą i inspiracją, ale także z konkretnymi narzędziami gotowymi do wdrożenia w firmie.



Paula Wąsowska

dyrektor ds. Rozwoju Rynku w Europie
Centralnej i Wschodniej, Cisco Systems



Interaktywny program decyzyjny Harvard Business Publishing:

Przewodzenie zespołom przy użyciu narzędzi inteligencji emocjonalnej

Interaktywne programy decyzyjne Harvard Business Publishing są formą symulacji komputerowej różnych problemów i dylematów menedżerskich. Uczestnicy przyjmują określone role i zadania do wykonania. W trakcie symulacji podejmują decyzje, które są przedmiotem oceny, w tym wskazania błędów. Uczestnie się na błędach jest bowiem kluczem rozwoju kompetencji menedżerskich. Każda zła decyzja ma swoje konsekwencje i prowadzi do nowych problemów. Osoby partycypujące w symulacji dostają informacje, które pokazują co zrobiono źle i dlaczego.

Każdy program zawiera studium przypadku, zadania i decyzje do wykonania, ocenę ekspertów (profesorów Harvard Business School) oraz liczne dodatkowe materiały (artykuły, testy, procedury) pozwalające na pogłębienie wiedzy oraz na jej ponowne sprawdzenie.

Programy są przetłumaczone na język polski. Zagadnienia w nich omawiane, będą analizowane na zajęciach. Uczestnicy otrzymają także dostęp do wersji on-line na czas trwania programu, co pozwoli im na pogłębienie wiedzy i skorzystanie z bogatej dodatkowej biblioteki wiedzy zawartej w każdym z programów.

Leading Teams with Emotional Intelligence

Jak pokazują badania, inteligencja emocjonalna decyduje o naszych sukcesach zawodowych w znacznie większym stopniu niż inteligencja rozumiana klasycznie (IQ). Co istotne, nakłada się na to inna prawidłowość: im wyższy poziom w strukturze organizacyjnej, tym istotniejsze dla odniesienia sukcesu są kompetencje behawioralne (zakorzenione w inteligencji emocjonalnej) w stosunku do kompetencji technicznych, wynikających z wiedzy. Potwierdzają to nie tylko badania, ale również liczne obserwacje gwiazd świata biznesu, odnoszących trwałe sukcesy: ich wspólnym mianownikiem są „miękkie” umiejętności i towarzyszący im wysoki poziom inteligencji emocjonalnej i społecznej.

Leading Teams with Emotional Intelligence to jeden z najczęściej wybieranych interaktywnych programów decyzyjnych z oferty Harvard Business Publishing. Program pomaga zdiagnozować i rozwijać umiejętności samooceny, zarządzania emocjami i zarządzania relacjami z innymi, kluczowe dla najwyższych stanowisk w firmie. Program został oparty na pracach takich autoritetów, jak:

Program pozwala znaleźć odpowiedzi na pytania:

- ▶ Czym jest inteligencja emocjonalna w praktyce i dlaczego ma tak duże znaczenie dla sukcesu na najwyższym szczeblu zarządzania? W jaki sposób inteligencja emocjonalna lidera wpływa na klimat panujący w zespole i na jego wyniki?
- ▶ Jak budować zespołową inteligencję emocjonalną?
- ▶ Jak, w oparciu o inteligencję emocjonalną, rozwijać i wzmacniać najsilniejsze strony własnych stylów przywódczych?

Podobnie jak pozostałe interaktywne programy decyzyjne z Harvard Business Publishing, Leading Teams with Emotional Intelligence zawiera nie tylko praktyczną wiedzę na temat inteligencji emocjonalnej i społecznej, ale również liczne narzędzia wdrożeniowe, w tym gotowe do wykorzystania kwestionariusze oceny inteligencji emocjonalnej na poziomie indywidualnym i zespołowym.



ANNIE MCKEE
założycielka i dyrektor zarządzający Teelos Leadership Institute



STEVEN B. WOLFF
konsultant Hay Group w Bostonie oraz profesor Psychologii Organizacji na Brandeis University



VANESSA URCH DRUSKAT
profesor nadzwyczajnej Whittemore School of Business & Economics przy Uniwersytecie New Hampshire



RICHARD BOYATZIS
wykładowca Weatherhead School of Management przy Case Western Reserve University



DANIEL GOLEMAN
prezes Konsorcjum na rzecz Badań nad Inteligencją Emocjonalną w Organizacjach przy Wyższej Szkole Psychologii Stosowanej na Rutgers University

Opinie uczestników:

...menedżerowie poszukują konkretnych narzędzi, a nie tylko teorii, które za nimi stoją...

Jestem absolwentem programu Akademia Strategicznego Przywództwa™. To, co uważam za najbardziej wartościowe w tym programie, to przede wszystkim strategiczna perspektywa, na której się opiera. Atutem jest także praktyczna wiedza, która odwołuje się do najnowszych trendów i najnowocześniejszych praktyk w obszarze zarządzania. Co więcej, ta wiedza jest bardzo adekwatna do bieżącej sytuacji rynkowej. Jest to cenne szczególnie teraz, gdy trzeba szybko szukać nowych rozwiązań, bo znane dotąd schematy działania po prostu nie zdają już egzaminu.

Program daje możliwość spojrzenia „z lotu ptaka” na firmę oraz to, gdzie ona się znajduje i dokąd zmierza w warunkach makroekonomicznych. To, moim zdaniem, największa wartość dodana.



Artur Wawrzyniak
członek zarządu Santander Consumer Bank



Opinie uczestników:

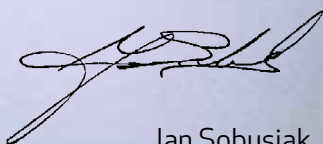
...trzeba bardzo szybko biec do przodu, by pozostać w tym samym miejscu...

Ta, dość popularna i wyjątkowo dziś aktualna, opinia wygłoszona przez Królową w „Alicji w krainie czarów” rodzi setki pytań: Dokąd? Którędy? Z kim? Jak szybko? W jakim celu? Czy i kiedy zmienić trasę? I wiele innych.

Dla menedżerów, którzy poszukują tych i innych odpowiedzi, bez których trudno poruszać się w realiach biznesu, jedną z najciekawszych propozycji edukacyjnych jest – Akademia Strategicznego Przywództwa™ (Management II).

Ten unikalny program daje niepowtarzalną możliwość poznania najnowszych teorii zarządzania, popartych zasobami Harvard Business Publishing. Nauka odbywa się w sposób wysoce elastyczny, otwarty i często dostarcza gotowych, skutecznych narzędzi do wykorzystania w bieżącej działalności.

O wyjątkowości tej propozycji stanowi również dostęp do wykładów on-line najwybitniejszych profesorów Harvard Business School i Stanford Graduate School of Business oraz możliwość wymiany doświadczeń z prowadzącymi i innymi uczestnikami programu.



Jan Sobusiak
prezes Zarządu ACAR SA



Sprawdź, co inni uczestnicy programu mówią na temat swoich doświadczeń:
www.icaninstitute.pl/ASP/uczestnicy

„Lekcje Praktyków” Wirtualna biblioteka wideo

Światowi liderzy dzielą się swoimi doświadczeniami w kluczowych obszarach zarządzania

Rozwój menedżera to sprawa jego pracy nad sobą, ale także wsparcia, które otrzymuje od innych. Prawda jest taka, że nawet najbardziej doświadczeni menedżerowie potrzebują coachingu i rady innych. Problemem jest – skąd ją wziąć? Komu można naprawdę ufać? **Trudny rynek i spowolnienie gospodarcze wymagają lepszych decyzji także wobec trudnych problemów.**

Odpowiedzią na te potrzeby i dylematy, jest kolekcja nagrań wideo najwybitniejszych światowych liderów biznesu.

Obecnie zawiera już ponad 1000 nagrań, podczas których wybitni menedżerowie dzielą się swoimi doświadczeniami w zakresie trudnych decyzji.

Szczególnie istotną funkcję pełnią przykłady, w których wybór był nieoczywisty i gdzie koszt złych decyzji był szczególnie duży.

50 Lessons to unikatowa kolekcja dziś już ponad 1000 komentarzy gwiazd światowego biznesu oraz największych autorytetów świata nauki, poświęconych różnym aspektom funkcjonowania przedsiębiorstwa. Uzyskując dostęp do programu, poznasz przełomowe doświadczenia takich osób jak: Michael Dell, założyciel i prezes Dell, Inc.; J.W. Marriott, Jr., prezes sieci hoteli Marriott; Jimmy Wells, założyciel Wikipedii czy Ivan Seidenberg, prezes i dyrektor generalny koncernu Verizon. Towarzyszą

im komentarze autorstwa m.in. prof. Philipa Kotlera z Kellogg School of Management, prof. Claytona Christensena z Harvard Business School, Williama Ury, autora wielu światowych bestsellerów poświęconych negocjacji czy prof. Lyndy Gratton z London Business School.

Poznaj sekrety sukcesów ponad 150 czołowych postaci świata biznesu: podziel się oni z Tobą swoimi doświadczeniami w zakresie tworzenia i implementacji strategii, poprawy rentowności firmy, zarządzania zmianą, wprowadzania innowacji, zwiększania sprzedaży, komunikacji i marketingu oraz przywództwa i zarządzania zespołem. „Lekcje praktyków” są w języku angielskim.

- ▶ **ponad 1000 komentarzy najbardziej uznanych postaci biznesu**
- ▶ **bogata tematyka:** poprawa rentowności firmy, zarządzanie zmianą, wprowadzanie innowacji, zwiększanie sprzedaży, komunikacja i marketing oraz przywództwo i zarządzanie zespołem
- ▶ **przełomowe doświadczenia gwiazd światowego biznesu:** Michael Dell, Jimmy Wells, Ivan Seidenberg i wielu innych

Przykładowe wypowiedzi dostępne w formie wideo



Skorzystaj z doświadczeń najlepszych na świecie!

Wirtualny coaching 24/7

1000 lekcji w kluczowych obszarach zarządzania

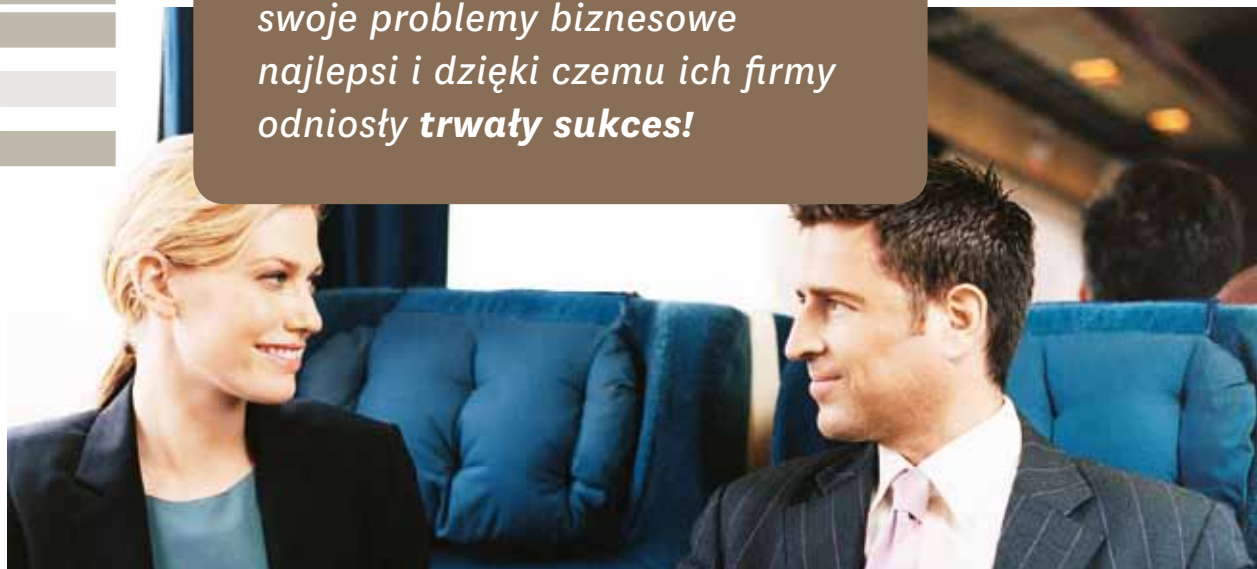
18 BLOKÓW
TEMATYCZNYCH

5-15 ZAGADNIENI
W KAŻDYM BLOKU

8-10 LEKCJI
DO KAŻDEGO ZAGADNIENIA



Dowiedz się, jak rozwiązywali swoje problemy biznesowe najlepsi i dzięki czemu ich firmy odniosły trwałe sukcesy!



Prowadzący:

doświadczeni praktycy,
menedżerowie i konsultanci



dr WITOLD JANKOWSKI, redaktor naczelny Harvard Business Review Polska oraz prezes ICAN Institute

Doświadczony wykładowca i konsultant. Studiował zarządzanie i ekonomię w Kanadzie i Stanach Zjednoczonych. W latach 1992-2000 wykładał w programach MBA w szkołach biznesu w Kanadzie. Od 1993 roku prezes ICAN Institute, zajmującego się m.in. działalnością szkoleniową i konsultingową. Prowadzi szkolenia Management, realizuje także wdrożenia programów e-learningowych oraz, na zamówienie firm, prestiżowe Akademie Rozwoju Przywództwa, oparte na narzędziach Harvard Business Publishing. Współpracował z wieloma firmami jako konsultant i trener (m.in. Goodyear Polska, SAP, Lyreco, Lotos, Hestia, Ciech SA, TPSA, Eurozet, GlaxoSmithKline, Kolporter, Grupa PSB, Węglokoks).



dr MIKOŁAJ PISKORSKI, Associate Professor Marvin Bower Fellow Harvard Business School

Profesor Piskorski specjalizuje się w obszarze „konkurowanie z sieciami społecznościowymi”. W Harvard Business School wykłada w ramach programów dla kadry zarządzającej „Budowanie i utrzymywanie przewagi konkurencyjnej” oraz „Elastyczność strategiczna i strategii mediowe”; Piskorski jest także dyrektorem zarządzającym w firmie Market Platform Dynamics, która doradza dużym korporacjom, m.in. z branży usług finansowych, w kwestiach strategicznych, zarządzania 2.0 oraz właśnie social media/strategii. W latach 2001-2004 wykładał na Stanford University, a od 2004 uczy na Harvardzie. Tytuł magistra i doktora uzyskał na Harvardzie, pierwszy w 2000, a drugi w 2001 roku. Profesor Piskorski jest ekspertem w dziedzinie przyczyn i sposobów użytkowania sieci społecznościowych przez firmy w USA i za granicą, a także możliwych sposobów wykorzystywania tych sieci przez firmy w celu dostosowania procesów marketingu i sprzedaży.



dr WIESŁAW ROŻUCKI, prezes Giełdy Papierów Wartościowych w latach 1991-2006

Absolwent wydziału handlu zagranicznego SGH (SGPiS), doktor geografii ekonomicznej, stypendysta British Council w London School of Economics. Wieloletni prezes (1991 – 2006) i współtwórca warszawskiej Giełdy Papierów Wartościowych. Był doradcą Ministra Finansów, Dyrektorem Departamentu Rozwoju Rynku Kapitałowego w Ministerstwie Przekształceń Własnościowych, członkiem Komisji Papierów Wartościowych i przewodniczącym Rady Nadzorczej KDPW. Obecnie członek rad nadzorczych spółek: Banku BPH (Przewodniczący Rady), Telekomunikacji Polskiej SA, TVN SA, WASKO SA (Przewodniczący Rady) oraz Polimex Mostostal S.A., pełni również funkcję doradcy Banku Rothschild. Członek Komitetu Dobrych Praktyk oraz przewodniczący rady programowej Polskiego Instytutu Dyrektorów.



PAULA WĄSOWSKA, dyrektor na Europę Środkową i Wschodnią, Cisco Systems, IBSG

Od blisko 20 lat związana z branżą technologii internetowych, specjalizuje się m.in. w innowacyjności, handlu elektronicznym (e-commerce), nowych technologiach, nowoczesnych mediach, odpowiedzialności społecznej biznesu (CSR) i zintegrowanej komunikacji biznesowej. Doświadczony prelegent i mówca publiczny, prowadzi konferencje, kongresy i warsztaty, zarówno w Polsce, jak i zagranicą (m.in.: Światowe Forum Ekonomiczne w Davos, Baltic Innovation Forum, Forbes Magazine). Współzałożycielka Internet Technologies Polska, projektowała i implementowała model e-business oraz planowała strategię marketingu i sprzedaży dla Dell Computer Poland, współtworzyła również strategię marketingową i komunikacyjną w Nokia Poland. Obecnie dyrektor na Europę Środkową i Wschodnią, Internet Business Solutions Group (IBSG) w Cisco Systems. Jej zadanie polega na projektowaniu oraz wspieraniu działań o charakterze strategicznym, które służą informacynemu rozwojowi regionu Europy Środkowej i Wschodniej oraz poszczególnych rynków krajowych.



TOMASZ ZIÓLKOWSKI, założyciel i dyrektor programowy Akademii Marki oraz firmy doradczej Marketing Partners

Jako konsultant doradza obecnie międzynarodowym i polskim przedsiębiorstwom operującym na lokalnych i zagranicznych rynkach w zakresie rozwoju strategii marketingowych oraz strategii marek. Realizował projekty między innymi dla: Telekomunikacja Polska, TVP, Panasonic, Nestle, Soraya, Lorenz i Cersanit. Wykłada marketing w ramach programów executive oraz international MBA w Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej. Gościnnie prowadzi również zajęcia we Francuskim Instytucie Zarządzania oraz Szkole Głównej Handlowej. Wcześniej przez 14 lat pracował i zarządzał działami marketingu w międzynarodowych korporacjach FMCG. W latach 2001-2005 pełnił funkcję wiceprezesa marketingu w Carlsberg Polska, wcześniej dyrektora marketingu i eksportu na Europę Środkowo-Wschodnią w Leaf Poland oraz kierownika działu marketingu w Tchibo Warszawa.



ANDRZEJ JACASZEK, wydawca Harvard Business Review Polska oraz dyrektor zarządzający ICAN Institute

Ukończył studia Executive Master of Business Administration, University of Minnesota, Carlson School of Management. Od marca 2004 jest wykładowcą w ICAN Institute. Specjalizuje się m.in. w zagadnieniach zarządzania strategicznego, sprzedaży, marketingu, ekonomiki przedsiębiorstwa. Pracował m.in. dla takich firm, jak: Medicover Holding BV jako dyrektor Grupy ds. Sprzedaży i Marketingu; Norwich Union jako country manager of life and pension operations in Poland; Powszechne Towarzystwo Emerytalne Norwich Union SA jako prezes zarządu; TUIR Warta SA jako wiceprezes zarządu; Agros Holding SA jako pełnomocnik zarządu i dyrektor Grupy ds. Sprzedaży i Marketingu; B.P.S. Consultants Poland Sp. z o.o. jako dyrektor zarządzający.



PAWEŁ MOTYL, dyrektor generalny ICAN Institute

Absolwent Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie oraz studiów podyplomowych Uniwersytetu Jagiellońskiego, ukończył również program trenerski McClelland Institute w Bostonie. Przez ponad 8 lat pracował w firmie konsultingowej Hay Group, początkowo jako konsultant, następnie jako lider środkowoeuropejskiego zespołu realizującego projekty rozwojowe dla kadry menedżerskiej wysokiego szczebla, budującego systemy zarządzania talentami i doradzającego w zakresie modelowania kultury organizacyjnej. W 2006 roku dołączył do firmy executive search SpenglerFox, gdzie odpowiadał za wyniki i rozwój warszawskiego oddziału. Od 2007 roku jest dyrektorem generalnym ICAN Institute i członkiem zarządu Stowarzyszenia HR - Generation Next, należy też do American Society for Training and Development.



RICHARD ZINOECKER, partner zarządzający Simon-Kucher & Partners

Absolwent i wykładowca marketingu Vienna University of Business Administration w Wiedniu. Jako Partner Zarządzający w warszawskim biurze Simon-Kucher & Partners, odpowiedzialny jest za rozwój działalności w Centrum Kompetencji zajmującym się przemysłem, technologią i energią w Europie Środkowej i Wschodniej. W swojej pracy doradczej skupia się na strategii rynkowej, zarządzaniu wartością, zarządzaniu cenami i doskonaleniem sprzedaży. W ciągu ponad 10-letniej kariery stworzył strategię rynkowe i cenowe dla szerokiego grona klientów, m.in. dla: E.ON, Kyushu Epco, Vattenfall Europe, Yello, Dema Cranes, Kawasaki Robotics, KSB, Siemens, Ista, Österreichische Post. W Polsce doradzał takim firmom jak: Apator, BlackRedWhite, Inpost, Orlen Oil, Polomarket, Siemens, Vattenfall, Vox i Wavin.



dr JOANNA HEIDTMAN, trener, coach rozwoju osobistego i zawodowego, konsultant zarządzania, psycholog i socjolog

Doktor nauk humanistycznych. Wiedzę i doświadczenie zdobywała m.in. w University of South Carolina i Cornell University w USA. W Pracowni Procesów Grupowych w IS UJ prowadzi badania dotyczące konfliktów i dynamiki grupowej. Wykłada na Uniwersytecie Jagiellońskim oraz w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej. Od wielu lat realizuje projekty doradcze dla stałych klientów: programy głębokiej diagnozy kultury organizacyjnej, rozwoju przywództwa, umiejętności i kompetencji menedżerskich. Jako coach pracuje indywidualnie z menedżerami wyższego szczebla. Jest wykładowcą ICAN Institute i autorką artykułów w *Harvard Business Review Polska*. Na prowadzone przez nią szkolenia składają się treningi kreatywności, treningi menedżerskie oraz zajęcia z negocjacji, komunikacji i techniki pracy z grupą. Posiada certyfikat Praktyka NLP oraz doradcy zespołów uczenia się metodą „Action Learning”.

Pakiet pięciu dodatkowych korzyści – unikalny zestaw materiałów do natychmiastowego zastosowania

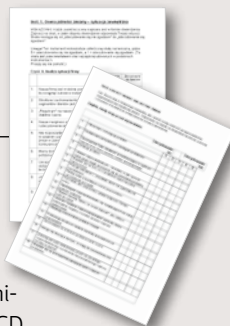
W trakcie programu Akademia Strategicznego Przywództwa™, każdy uczestnik otrzymuje pakiet materiałów dydaktycznych z zajęć oraz dostęp do dodatkowych zasobów szkoleniowych. **Wszystkie dodatkowe materiały są udostępniane uczestnikom bezpłatnie w formie materiałów drukowanych, w wersji elektronicznej za pośrednictwem CD lub stron internetowych, jak również w formie nagrań DVD.**

1 Komplet prezentacji w wersji elektronicznej

Wszystkie prezentacje przedstawiane podczas zajęć zostaną udostępnione uczestnikom w wersji elektronicznej, dzięki czemu będą oni mogli wykorzystać je przy powtarzaniu materiału, tworzeniu własnych prezentacji czy programów szkoleniowych w firmie. Każdy uczestnik otrzyma komplet bezpłatnych prezentacji na CD.

2 Opisy działań krok po kroku, gotowe procedury i wzory dokumentów

Wszystkie prezentowane metody i procesy uda się szybciej i sprawniej wdrożyć w firmie za pomocą gotowych formularzy i wzorów dokumentów oraz dzięki opisanym krok po kroku procedurom dostępnym dla uczestników w formie drukowanej oraz na nośnikach CD.



3 Internetowe archiwum i biblioteka Harvard Business Review Polska

Bezpłatny dostęp do zasobów wiedzy Harvard Business Review Polska, zawierających zestaw najlepszych artykułów i studiów przypadku publikowanych w ostatnim czasie na łamach magazynu oraz pakiet dodatkowych elektronicznych materiałów szkoleniowych opartych na metodologii Harvard Business School.



4 Roczna bezpłatna prenumerata miesięcznika Harvard Business Review Polska

W trakcie trwania programu, uczestnicy otrzymują co miesiąc aktualne wydanie magazynu Harvard Business Review Polska wraz z raportami i tematycznymi dodatkami HBRP: Ego, HBRP Poleca, Brief, Self. Prenumeratory korzystają także ze specjalnych warunków uczestnictwa w konferencjach organizowanych przez HBRP. Wartość prenumeraty Premium to 1599 złotych.



5 Nagrania sesji szkoleniowych

Wszystkie sesje treningowe są nagrywane. Na koniec programu każdy uczestnik otrzyma zestaw płyt DVD z nagraniami wszystkich zajęć. Nagrania pozwolą uczestnikom programu na powtarzanie i utrwalanie materiału, jak również na wykorzystanie ich w przyszłości w firmie.



Przykłady naszych wdrożeń programów **Advanced Executive Education w Polsce**

Program Akademia Strategicznego Przywództwa™ jest piątą „otwartą” wersją programu Advanced Executive Education. W wersji korporacyjnej podobne programy były już realizowane w Polsce. Poniżej przedstawiamy kilka przykładów wdrożeń w wersji zamkniętej (in-company) programów typu Advanced Executive Education zrealizowanych w Polsce w ostatnich dwóch latach.

Bank Gospodarki Żywnościowej

W pierwszej fazie programu wzięło udział 75 osób – kluczowych menedżerów banku z centrali i oddziałów. Program trwał od lutego do grudnia 2006 roku. Jego celem było zdynamizowanie i podniesienie wiedzy i aspiracji czołowych menedżerów banku. W opinii uczestników i kierownictwa, program spełnił pokładane w nim oczekiwania.

Fortis

Rozpoczynając Akademię, bank stał przed olbrzymim wyzwaniem znacznego zwiększenia liczby oddziałów oraz zatrudnienia. Strategia dynamicznego wzrostu zwiększyła rolę umiejętności przywódczych oraz umiejętności zarządzania zmianą. Celem programu było przygotowanie czołowych menedżerów do lepszego wypełniania roli liderów zmiany w trudnych warunkach dynamicznej ekspansji. Programem objęto kluczowych menedżerów z centrali i oddziałów regionalnych. Program przyniósł zakładane efekty i cele w poprawie komunikacji, zarządzaniu zmianą i rozwiązywaniu problemów.

Raiffeisen Bank

Celem było zwiększenie kompetencji przywódczych czołowych menedżerów (top 45) banku, zwiększenie integracji top managementu wokół realizacji strategii firmy oraz zdynamizowanie intelektualne banku (nie tylko top 45, ale także kaskada w dół). Cele projektu zostały w pełni zrealizowane. Spełniły się także oczekiwania związane z poszczególnymi elementami akademii (warsztaty, e-learning i FSS oraz certyfikacja).

GlaxoSmithKline

Wykorzystując materiały GSK Leadership Academy, z sukcesem wdrożono proces zarządzania zmianą, budowania nowych celów rynkowych, reorganizacji i restrukturyzacji oraz podnoszenia efektywności w pracy z klientem. Działy firmy uczestniczące w programie przekroczyły swoje plany biznesowe. W programie wzięło udział 20 osób (wyłącznie top executives).

Hestia

Celem Hestia Leadership Academy było zwiększenie efektywności towarzystwa w osiągnięciu celów strategicznych, zarówno krótko-, jak i długoterminowych oraz podniesienie kompetencji przywódczych kadry kierowniczej. Akademia zawierała dwa komponenty: rozwój umiejętności strategicznych (lepsze zrozumienie mechanizmów tworzenia, implementacji i mierzenia skuteczności strategii) oraz podnoszenie umiejętności przewodzenia (leadership) zainicjowanym procesom strategicznym i celom, jakie towarzystwo chciało osiągnąć w najbliższych latach. W programie uczestniczyło 50 osób (kluczowi menedżerowie z centrali i oddziałów regionalnych).

Bank Pekao SA

Program Management Development Prestige obejmował sesje edukacyjne z zakresu przywództwa, podejmowania decyzji, motywowania podwładnych i zarządzania sobą. Programem było objętych 50 dyrektorów średniego szczebla o najwyższym potencjale wzrostu w organizacji. Zrealizowany program został bardzo wysoko oceniony przez jego uczestników.



UWAGA:

**Możliwość
realizacji programów
in-company**

Jeśli liczba potencjalnych uczestników w programie Akademia Strategicznego Przywództwa™ przekracza 20 osób, zapraszamy Państwa do rozważenia programu w wersji in-company. Może to polegać na dostosowaniu programu do potrzeb danego przedsiębiorstwa, a także przeprowadzeniu go na miejscu w firmie lub salach wykładowych ICAN Institute. Wersja realizowana na konkretne zamówienie pozwala na bardzo precyzyjne skrojenie programu i wykorzystanie zagadnień szczególnie firmę interesujących.

Wszystkim zainteresowanym z przyjemnością udostępnimy listę osób, które mogą opowiedzieć o swoich doświadczeniach.

Kim jesteśmy



ICAN Institute został założony w 1992 roku w Kanadzie jako Canadian International Management Institute, od 1997 roku prowadzi działalność również w Polsce. W 2008 roku, w związku z rozszerzeniem działalności na nowe rynki geograficzne, firma przyjęła nazwę ICAN Institute.

ICAN Institute jest wydawcą polskiej edycji *Harvard Business Review*, najbardziej prestiżowego magazynu poświęconego tematyce zarządzania. *Harvard Business Review* czytany jest przez menedżerów na całym świecie – od Stanów Zjednoczonych po Chiny; publikowane w nim teksty dotyczą zagadnień i dylematów, z którymi zmagają się zarządzający zarówno w dużych, średnich, jak i małych firmach. Liczba prenumeratorów w kilkudziesięciu krajach wynosi ponad pół miliona.



ICAN Institute prowadzi również działalność Corporate Learning, obejmującą programy rozwojowe dla właścicieli firm, członków zarządu, menedżerów wysokiego i średniego szczebla, a także konferencje, seminaria, warsztaty i programy partnerskie. Z bogatej oferty Corporate Learning skorzystało już ponad 10 000 menedżerów, reprezentujących firmy różnej wielkości, z różnych branż i regionów. Do klientów ICAN Institute należy ponad jedna trzecia spośród 1000 największych firm działających w Polsce.

ICAN Institute jest wyłącznym partnerem i przedstawicielem Harvard Business Publishing na terenie Polski w zakresie e-learningu oraz narzędzi performance support dla firm i menedżerów.



Harvard Business Publishing (HBP) zostało założone w 1994 roku jako organizacja non profit, której wyłącznym właścicielem jest Harvard University. Jej misją polega na wspieraniu doskonalenia praktyk zarządzania w zmieniającym się świecie. Poprzez swoje publikacje i docieranie do trzech środowisk: akademickiego, biznesowego i menedżerów indywidualnych, HBP realizuje swoje cele tworząc w skali globalnej pomost pomiędzy środowiskiem akademickim a światem biznesu.

W ramach Harvard Business Publishing działają takie jednostki biznesowe jak: Harvard Business Review (magazyn i reprints), Harvard Business Press (książki), Harvard Business Publishing Newsletters (newslettery), Harvard Business Publishing Conferences (konferencje), Harvard Business Publishing Higher Education i Harvard Business Publishing eLearning.

Harvard Business Publishing nawiązuje kontakty partnerskie ze swoimi klientami korporacyjnymi, aby poznać ich cele edukacyjne. Współpracuje z organizacjami nad tworzeniem oraz implementacją pakietu treści szkoleniowych i usług dopasowanych do ich indywidualnych strategii rozwoju talentów. W ten sposób Harvard Business Publishing wypełnia swoje zadania – dostarcza idee wykorzystywane w rozwiązywaniu realnych problemów w biznesie. Oferta HBP to bogate źródło wiedzy biznesowej, umożliwiające tworzenie rozwiązań szkoleniowych; to wyspecjalizowane podejście do nauczania skoncentrowanego na uczestniku i dostęp do ekspertów w dziedzinie praktyk zarządzania z całego świata.

Harvard Business Publishing wyróżnia się na rynku ze względu na wyjątkowe doświadczenie w dziedzinie transformacyjnego uczenia się, które rozpowszechnia wśród liderów biznesu na wszystkich poziomach, począwszy od menedżerów najwyższego szczebla po pracowników o wielkim potencjale.



Programy dla menedżerów (3 poziomy)

Basic



First-Time Manager™

Czyli „wprowadzenie do zarządzania”, jest intensywnym, dwumiesięcznym programem, przygotowanym w oparciu o podejście „Stepping up to Management” autorstwa profesor Lindy Hill z Harvard Business School oraz Michaela Watkina, autora światowego bestsellera „Pierwsze 90 dni: strategie sukcesu nowych menedżerów”. Program jest przeznaczony dla menedżerów o relatywnie krótkim stażu na stanowisku oraz dla osób przygotowywanych do objęcia roli menedżerskiej. W trakcie pięciu dwudniowych sesji, uczestnicy poznają praktyczne aspekty związane z zarządzaniem zespołem i uzyskują dostęp do kluczowych narzędzi menedżerskich. Specjalnym komponentem programu są narzędzia diagnostyczne, pozwalające uczestnikom na optymalne wykorzystanie wiedzy uzyskanej w trakcie sesji. Programowi towarzyszy – po raz pierwszy w Europie Środkowo-Wschodniej – roczny dostęp do polskiej wersji e-learningowego kursu wiedzy menedżerskiej „Stepping up to Management” z Harvard Business Publishing oraz studia przypadku Case-in-Point Harvard Business Publishing. Wszyscy uczestnicy są objęci specjalnym programem wsparcia przez 10 miesięcy od zakończenia sesji.

General



Management™

Już od ponad dziesięciu lat cieszy się ogromnym i wciąż rosnącym powodzeniem na rynku. Ten roczny program, obejmujący 12 dwudniowych sesji, pozwala uczestnikom na zapoznanie się z różnymi perspektywami funkcjonowania organizacji (strategia, przywództwo, finanse, sprzedaż, marketing, obsługa klienta, HR, zarządzanie projektami). Jego adresatami są menedżerowie średniego i wysokiego szczebla, zainteresowani poszerzeniem swojego spojrzenia na organizację i uzyskaniem wiedzy na temat najnowszych trendów w zarządzaniu. O sukcesie programu zadecydowała również jego praktyczność: większość czasu sesji to ćwiczenia i interaktywne warsztaty, a każdemu tematowi towarzyszą liczne narzędzia implementacyjne, umożliwiające wdrożenie omawianych rozwiązań w firmach uczestników. O wartości programu stanowi też roczny dostęp do polskiej wersji językowej Harvard ManageMentor, najbardziej praktycznego i kompleksowego źródła wiedzy umożliwiającej udoskonalenie zdolności menedżerskich. 42 tematy, które zawiera Harvard ManageMentor, obejmują całe spektrum kwestii, z którymi muszą mierzyć się zarówno nowi jak i doświadczeni menedżerowie.

Advanced



Akademia Strategicznego Przywództwa™

Reprezentuje nieobecny do niedawna w Polsce typ programu – Advanced Executive Education; jego uczestnicy to osoby o wieloletnim stażu menedżerskim i głębokim doświadczeniu w zarządzaniu firmą lub kluczowymi jej jednostkami. Pośród uczestników obecnej edycji jest wielu prezesów i członków zarządów polskich i międzynarodowych organizacji, jak również właścicieli firm. Program trwa 10 miesięcy, obejmuje 10 dwudniowych sesji i poświęcony jest przede wszystkim aspektom tworzenia zwycięskich strategii, przywództwu oraz budowaniu efektywnościowej kultury organizacji. W programie, oprócz tradycyjnych warsztatów i seminariów, wykorzystywanych jest wiele dodatkowych narzędzi dydaktycznych, między innymi wykłady profesorów Harvard Business School oraz Stanford Graduate School of Business z serii Faculty Seminar Series Harvard Business Publishing, a także multimedialne mini-studia przypadku w formie wypowiedzi prezesów czołowych światowych firm dotyczące kluczowych zadań, wyzwań i dylematów menedżerów wysokiego szczebla. Jest to zaawansowany program, przeznaczony dla osób z minimum kilkuletnim doświadczeniem w zarządzaniu.

Właściciele / Zarząd

Dyrektorzy

Menedżerowie

Specjaliści

Informacje organizacyjne

Organizacja zajęć:

Zajęcia programu Akademia Strategicznego Przywództwa™ (Management II) będą zorganizowane w następujący sposób:

- ▶ wprowadzenie,
- ▶ analiza studium przypadku,
- ▶ wnioski i rekomendacje,
- ▶ dodatkowe narzędzia diagnostyczne do zastosowania w firmie.

Podczas każdego z ćwiczeń omawiane jest wybrane, dostosowane do potrzeb dydaktycznych, studium przypadku Harvard Business School. Poza tym uczestnicy otrzymują roczny dostęp do 20 przetłumaczonych na język polski Faculty Seminar Series, które mogą analizować w wolnej chwili, poza zajęciami.

Czas trwania:

Zajęcia zorganizowane są w dziesięciu dwudniowych sesjach, odbywających się raz w miesiącu. Sesje będą organizowane w cyklach: środa-czwartek, piątek-sobota.

Miejsce:

Wszystkie sesje odbywać się będą w salach dydaktycznych ICAN Institute w Warszawie, w budynku BTD Office Center, Al. Niepodległości 18.

Ważna korzyść:
w przypadku konfliktu terminów istnieje możliwość odbycia zajęć z inną grupą

UWAGA! W programie Akademia Strategicznego Przywództwa™ (Management II) zostanie uruchomionych kilka grup, których zajęcia odbywać się będą w różnych terminach.

W przypadku nieobecności na zajęciach z powodu ważnych obowiązków służbowych, urlopu czy choroby, istnieje możliwość uczestniczenia w zaległych zajęciach z inną grupą.

Dyplom i certyfikacja

Po ukończeniu programu Akademia Strategicznego Przywództwa™ uczestnicy otrzymują dyplom ukończenia. Szczyci się nim już ponad 400 wiodących menedżerów polskich firm. Oto przykłady absolwentów i uczestników poprzednich edycji:

- **Michał Nawrocki** – wiceprezes zarządu ds. handlu i marketingu, AMICA Wronki;
- **Dariusz Dybalski** – właściciel, ECLIPSE
- **Krzysztof Dołganow** – prezes zarządu, Specjalna Strefa Ekonomiczna S.A.
- **Agnieszka Kozubek-Bespalenko** – v-ce prezes zarządu, dyrektor generalny LERG S.A.
- **Grzegorz Święch** – dyrektor zarządzający, Euro Bank
- **Artur Wawrzyniak** – członek zarządu, Santander Consumer Bank,
- **Jan Sobusiak** – prezes zarządu, ACAR SA
- **Bartosz Ceglarski** – prezes zarządu, Kanlux SA
- **Tomasz Piec** – Commercial Director, Synthos Chemical Innovations

Program Akademia Strategicznego Przywództwa™ to gwarancja światowej jakości i spełnienia najwyższych standardów kompetencyjnych.

Dla firm delegujących swoich menedżerów do programu Akademia Strategicznego Przywództwa™ dodatkową gwarancją zdobycia odpowiednich kwalifikacji jest proces certyfikacji. W ramach tego procesu każdy uczestnik zdaje specjalny egzamin on-line oparty na materiale z zajęć oraz wiedzy zdobywanej poprzez programy i portal wiedzy Harvard Business Publishing. Specjalnie uruchomiona platforma dostępna jest dla uczestników po 8 sesji, przez 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu.



Atrakcyjna wartość: korzyści i ceny

Celem programu **Akademia Strategicznego Przywództwa™** jest umożliwienie polskim menedżerom wzięcia udziału w programie uwzględniającym kontekst działania polskich firm, w wygodnym formacie, po polsku i po relatywnie niskim koszcie.

Gwarancja korzyści:

W przypadku zmian personalnych gwarantujemy możliwość kontynuacji programu przez inną osobę oddelegowaną z firmy

Koszt całkowity na osobę:

Koszt szkolenia bez zniżek	Cena netto	VAT	Cena brutto
Koszt szkolenia Akademia Strategicznego Przywództwa™ (Management II)	34 190 zł	7 863,70 zł	42 053,70 zł
Licencje materiałów elektronicznych Harvard Business Publishing	5 490 zł	1 262,70 zł	6 752,70 zł
Koszt całkowity na osobę bez zniżek	39 680 zł		48 806,40 zł



Koszt szkolenia ze zniżką 30%*	Cena netto	VAT	Cena brutto
Koszt szkolenia Akademia Strategicznego Przywództwa™ (Management II)	23 933 zł	5 504,59 zł	29 437,59 zł
Licencje materiałów elektronicznych Harvard Business Publishing	5 490 zł	1 262,70 zł	6 752,70 zł
Koszt całkowity na osobę ze zniżką 30%	29 423 zł		36 190,29 zł

W obu przypadkach istnieje możliwość **opłacenia szkolenia w 10 ratach** (wówczas koszt szkolenia wzrasta o 5%).

UWAGA: po zniżkach, cena za 1 dzień szkoleniowy ze wszystkimi materiałami i licencjami to tylko **1471 PLN!**



Korzyści:

1. Relatywnie niski koszt w stosunku do ceny podobnych programów na świecie
2. Sprawdzona w polskich warunkach formuła programu
3. Najnowsza wiedza z czołowych światowych źródeł
4. Praktyczność programu
5. Programy multimedialne Harvard Business Publishing

Indywidualny coaching

SPECJALNY BONUS!

Każdy z uczestników programu jest uprawniony do **12 godzin indywidualnego coachingu** w następujących obszarach tematycznych:

- ▶ Strategia
- ▶ Strategia marketingowa
- ▶ Relacje z klientem
- ▶ Zarządzanie ludźmi
- ▶ Przewodzenie
- ▶ Motywowanie
- ▶ Zarządzanie przychodami i kosztami
- ▶ Podejmowanie trudnych decyzji

Każdy uczestnik programu będzie miał prawo do wyboru konkretnych tematów coachingu w zakresie jego bieżących priorytetów i wyzwań, w tym jego osobistych dylematów związanych z trudnymi etycznie decyzjami czy balansowaniem między rolami w życiu. Sesje coachingowe będą prowadzone przez konsultantów ICAN Institute w ramach programu Akademia Strategicznego Przywództwa™ przy pełnej poufności informacji.

Skorzystaj z możliwości coachingu i **zwiększ swoją szansę na sukces** także w trudnych czasach!



Wykorzystaj najnowszą wiedzę do walki na trudnych rynkach

Liderzy wygrywają także w niepewnych czasach. Dlaczego? Bo podejmują lepsze decyzje i unikają typowych błędów. Potrafią również stosować metody wykorzystywane przez najlepszych na świecie, aby oferować więcej po mniejszych kosztach. **W trudnych warunkach rynkowych średniacy przegrywają. Wygrywają najlepsi.** Sztuka wygrywania w trudnych warunkach to nie czarna magia, ale konkretna wiedza. Jeden nowy pomysł, jedna nowa idea, jeden uniknięty poważny błąd daje zwrot z inwestycji w program. Ponieważ czasy są niepewne, oferujemy w piątej edycji wyjątkowe warunki uczestnictwa: **rozłożone w czasie płatności, możliwość rezygnacji, gwarancję korzyści i jakości.**

Zapraszam Państwa do skorzystania z tej wyjątkowej szansy na rozwój umiejętności zarządczych w walce o trwały sukces.

Witold Jankowski

DR WITOLD JANKOWSKI

redaktor naczelny
Harvard Business Review
Polska

Zgłoszenie udziału w programie

Akademia Strategicznego Przywództwa™

W imieniu firmy (dane do wystawienia faktury)

Adres

NIP telefon/fax

zgłaszamy do udziału w cyklu szkoleń Akademia Strategicznego Przywództwa™ następujących pracowników:

1. Nazwisko, imię, telefon, e-mail

sesja środa/czwartek sesja piątek/sobota

2. Nazwisko, imię, telefon, e-mail

sesja środa/czwartek sesja piątek/sobota

3. Nazwisko, imię, telefon, e-mail

sesja środa/czwartek sesja piątek/sobota

Prosimy o załączenie na osobnej kartce dodatkowych nazwisk.

Koszty i harmonogram płatności: **opłaty wygodnie rozłożone w czasie**

Opłata za szkolenie bez zniżek za jednego uczestnika wynosi 34 190 zł + licencje materiałów elektronicznych 5 490 zł (+VAT)

Cena specjalna szkolenia (zniżka 30%) 23 933 zł płatna w 2 ratach + licencje materiałów elektronicznych 5 490 zł (+VAT)

	Netto	VAT	Brutto
Całkowity koszt szkolenia ze zniżką 30%*	23 933 zł	5 504,59 zł	29 437,59 zł
Licencje materiałów elektronicznych: Harvard Business Publishing (Faculty Seminar Series), 50 Lessons	5 490 zł	1 262,70 zł	6 752,70 zł

*koszt nie uwzględnia zakwaterowania i dojazdów uczestników podczas sesji

W przypadku zgłoszenia więcej niż 3 osób, firmie przysługuje **zniżka w wysokości 10% od kolejnych zgłoszeń.**

Uwaga: przestanie kuponu zgłoszenia zapewnia rezerwację miejsca.

Warunkiem ostatecznym zgłoszenia będzie opłacenie licencji materiałów elektronicznych.

.....
Imię, nazwisko, tytuł i podpis podejmującego decyzję w imieniu zarządu firmy

Prosimy o odesłanie formularza faksem: 22 244 52 83 lub na adres e-mail: asp@ICANinstitute.pl

Gwarancja jakości: pewność korzyści + zero ryzyka

Program Akademia Strategicznego Przywództwa™ opiera się na wypróbowanym wzorze edukacji dla doświadczonych menedżerów, stosowanym przez światowych liderów edukacji. W przeciwieństwie do większości programów edukacyjnych oferowanych w Polsce dajemy Państwu następujące gwarancje:

1. Gwarancja jakości

Zajęcia prowadzone są wyłącznie przez doświadczonych konsultantów w oparciu o oryginalne, praktyczne materiały i opracowania ICAN Institute oraz materiały i narzędzia Harvard Business Publishing.

2. Gwarancja korzyści

Wiedza i umiejętności będą prowadzić do konkretnych korzyści w firmach uczestników.

Gwarancje te są poparte następującą deklaracją:

Jeśli po dwóch sesjach uczestnicy uznają, że program Akademia Strategicznego Przywództwa™ nie zaspokaja ich potrzeb, oferujemy całkowity zwrot kosztów uczestnictwa. Jeśli w trakcie trwania programu Akademia Strategicznego Przywództwa™ nastąpią zmiany personalne w Państwa firmie, istnieje możliwość zastąpienia wcześniej wysłanego na szkolenie uczestnika inną osobą z firmy. Z uczestnictwem w programie Akademia Strategicznego Przywództwa™ nie wiąże się żadne ryzyko, a tylko możliwość osiągnięcia wymiernych korzyści w postaci praktycznych umiejętności oraz nowych rozwiązań w firmie.



...Menedżerowie, którzy odnoszą sukces w biznesie, wiedzą, że nawet mając długoletnie doświadczenie, potrzebują ciągłego dostępu do nowych technik i metod zarządzania...

dr Wiesław Rozłucki

wykładowca, prezes Giełdy Papierów Wartościowych w latach 1991-2006,
przewodniczący Rady Programowej Akademii Strategicznego Przywództwa

ICAN Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k.
Al. Niepodległości 18
02-653 Warszawa
tel. 22 213 08 15 • e-mail: asp@ICANinstitute.pl

www.ICANinstitute.pl

ICAN
INSTITUTE

Content provided by
HARVARD
 **BUSINESS**
PUBLISHING