



Tytuł szkolenia:

Strategiczne kierowanie i kreowanie sukcesu biznesowego w nowej rzeczywistości cyfrowej – kluczowe narzędzia i techniki

Czas trwania szkolenia:

16 godzin dydaktycznych (2 dni po 8 godzin dydaktycznych)

Cel strategiczny szkolenia:

Rozwój wiedzy i praktycznych umiejętności w zakresie strategicznego i operacyjnego kierowania organizacją w warunkach dynamicznych zmian technologicznych i rynkowych, ze szczególnym uwzględnieniem orientacji na wynik, świadomości biznesowej, przekładania strategii na działania zespołów, efektywnego wykorzystania zasobów i danych oraz monitorowania i doskonalenia realizacji celów.

Cele operacyjne szkolenia:

Po zakończeniu szkolenia osoba uczestnicząca:

- rozróżnia zarządzanie strategiczne, taktyczne i operacyjne oraz rozumie ich wzajemne powiązania;
- porządkuje proces budowania strategii – od diagnozy sytuacji, poprzez wybór kierunku, po wdrożenie, monitorowanie i aktualizację;
- analizuje kontekst biznesowy organizacji, rynek, trendy, procesy, zasoby, dane i kompetencje;
- identyfikuje mocne strony, ograniczenia, luki rozwojowe, szanse i zagrożenia wpływające na realizację celów;
- określa możliwe kierunki rozwoju i ocenia je z punktu widzenia wartości, ryzyka, zasobów i wykonalności;
- formułuje cele strategiczne i operacyjne oraz dobiera do nich mierniki SMART, KPI i OKR;
- przekłada cele organizacji na priorytety, zadania, odpowiedzialności i oczekiwane rezultaty pracy zespołu;
- planuje i organizuje działania z uwzględnieniem dostępnych zasobów, terminów i możliwych ograniczeń;



- monitoruje wyniki, identyfikuje odchylenia od planu oraz dobiera działania korygujące i optymalizacyjne;
- komunikuje priorytety i cele, angażuje pracowników w ich realizację oraz deleguje odpowiedzialność adekwatnie do poziomu samodzielności i doświadczenia;
- dobiera i stosuje kluczowe narzędzia analizy i realizacji strategii, m.in. PESTEL, pięć sił Portera, SWOT/TOWS, VRIO, macierz Ansoffa, Business Model Canvas, Balanced Scorecard, KPI/OKR i analizę scenariuszową;
- wykorzystuje dane i technologie cyfrowe do planowania, komunikacji, monitorowania wyników, zwiększania transparentności oraz szybszego reagowania na ryzyka.
- identyfikuje procesy biznesowe i dobiera mierniki efektywności opisujące rezultat, czas, jakość/doświadczenie klienta i koszt;
- wykorzystuje relacje z klientami, partnerami i innymi interesariuszami do identyfikowania potrzeb, zmian, szans i nowych możliwości biznesowych;
- stosuje zasady dobrego i etycznego zarządzania, w tym transparentność decyzji, rzetelne raportowanie wyników i ryzyk oraz odpowiedzialne wykorzystanie danych i technologii;

Szkolenie dedykowane jest dla (opis grupy docelowej):

Szkolenie dedykowane jest osobom w wieku 18–64 r.ż., w szczególności kadrze zarządzającej, właścicielom organizacji, menedżerom, liderom zespołów, osobom odpowiedzialnym za strategię, rozwój, projekty i procesy oraz pracownikom uczestniczącym w podejmowaniu decyzji o charakterze strategicznym i operacyjnym.

Korzyści z uczestnictwa w szkoleniu:

1. większa koncentracja menedżerów i zespołów na mierzalnych rezultatach, a nie wyłącznie na wykonywaniu zadań;
2. lepsze przełożenie celów strategicznych organizacji na cele operacyjne zespołów i pracowników;
3. bardziej świadome ustalanie priorytetów i efektywne wykorzystywanie zasobów;
4. trafniejsze decyzje zarządcze oparte na analizie rynku, procesów, danych i wyników;
5. lepsza identyfikacja szans rozwoju, zagrożeń i obszarów wymagających poprawy;



6. sprawniejsze monitorowanie postępów oraz wcześniejsze reagowanie na odchylenia od planu;
7. większa umiejętność optymalizacji działań, procesów i wyników zespołów;
8. skuteczniejsze angażowanie pracowników w realizację wspólnych celów oraz lepsza komunikacja priorytetów, odpowiedzialności i oczekiwań;
9. bardziej świadome delegowanie zadań i odpowiedzialności oraz dopasowanie sposobu zarządzania do poziomu samodzielności, doświadczenia i potrzeb pracowników;
10. lepsze wykorzystanie technologii i danych do planowania, monitorowania, komunikacji i podejmowania decyzji w środowisku cyfrowym, zdalnym i hybrydowym.

Ramowy program:

Czas trwania: 16 godzin dydaktycznych (2 dni po 8 godzin dydaktycznych)

CEL SZKOLENIA:

Rozwój kompetencji w zakresie strategicznego i operacyjnego kierowania organizacją, orientacji na wynik, świadomości biznesowej, budowania i realizacji strategii, zarządzania efektywnością oraz wykorzystywania narzędzi i technologii wspierających podejmowanie decyzji i pracę zespołów.

ROZWIJANE KOMPETENCJE:

Kompetencje wiodące:

- Orientacja na wynik;
- Świadomość biznesowa;
- Znajomość mechanizmów zarządzania.

Pozostałe obszary rozwijane przekrojowo:

- myślenie strategiczne i łączenie perspektywy długoterminowej z bieżącym działaniem;
- analiza danych, rynku, procesów, zasobów i ryzyk;
- planowanie, priorytetyzacja, delegowanie i monitorowanie realizacji;
- komunikowanie celów i angażowanie zespołu;



- wykorzystywanie narzędzi cyfrowych i danych do zwiększania efektywności i transparentności.
-

DZIEŃ 1: STRATEGIA, ANALIZA I BUDOWANIE KIERUNKU ROZWOJU

1. Zarządzanie strategiczne i operacyjne – orientacja na wynik i świadomość biznesowa (2 godziny dydaktyczne)

- poziom strategiczny, taktyczny i operacyjny oraz przepływ decyzji;
- profesjonalna terminologia zarządcza: strategia, taktyka, operacje, cel, rezultat, priorytet, inicjatywa, miernik/KPI;
- rola strategii w budowaniu przewagi konkurencyjnej i odporności organizacji;
- łączenie celów biznesowych, danych, zasobów, ludzi i priorytetów;
- planowanie, organizowanie, delegowanie i monitorowanie jako mechanizmy realizacji celów;
- podstawowe narzędzia planowania i przełożenia celu na wykonanie: priorytetyzacja, harmonogram i kamienie milowe oraz plan 30–60–90;
- zarządzanie w cyfrowym, zdalnym i hybrydowym środowisku pracy.
- komunikacja w zespołach hybrydowych: jedno źródło prawdy, jasne role, spójne priorytety, widoczność decyzji i odpowiedzialności;

2. Elementy strategii i proces jej budowania (3 godziny dydaktyczne)

- misja, wizja, wartości, ambicja strategiczna, propozycja wartości i przewaga konkurencyjna;
- model biznesowy i jego relacja ze strategią;
- diagnoza, wybór, wdrożenie, monitorowanie i aktualizacja strategii;
- analiza rynku, trendów i otoczenia oraz podejście scenariuszowe;
- rola interesariuszy i komunikacji w procesie strategicznym.
- systematyczne utrzymywanie relacji z klientami, partnerami i innymi interesariuszami jako źródło informacji o potrzebach, zmianach oraz nowych możliwościach biznesowych;

3. Analiza wewnętrzna organizacji i potencjału działania (3 godziny dydaktyczne)

- zasoby materialne i niematerialne, kompetencje, procesy, dane i technologia;



- łańcuch wartości i identyfikacja miejsc tworzenia wartości oraz strat;
- proces biznesowy jako przepływ działań tworzących wartość ponad granicami działów; odróżnienie procesu od struktury organizacyjnej;
- mierniki efektywności biznesowej procesu: rezultat, czas, jakość/doświadczenie klienta, koszt i ryzyko;
- SWOT/TOWS, VRIO i analiza luk;
- logika strategii TOWS: SO, ST, WO i WT – łączenie szans i zagrożeń z mocnymi i słabymi stronami organizacji;
- ocena dojrzałości cyfrowej i potencjału zespołu;
- identyfikowanie obszarów wymagających optymalizacji i rozwoju.

DZIEŃ 2: WYBÓR KIERUNKU, CELE, ZESPÓŁ I NARZĘDZIA REALIZACJI STRATEGII

4. Określenie kierunków działania w organizacji (2 godziny dydaktyczne)

- kryteria wyboru kierunku: atrakcyjność, wykonalność, zgodność z zasobami, ryzyko i potencjał wartości;
- macierz Ansoffa i scenariusze rozwoju;
- cyfryzacja, automatyzacja, dane i nowe modele biznesowe jako kierunki transformacji;
- generowanie pomysłów rozwojowych i testowanie hipotez biznesowych poprzez pilotaże, eksperymenty i mierniki efektu;
- priorytetyzacja inicjatyw oraz ocena konsekwencji decyzji dla całej organizacji.

5. Wyznaczanie celów strategicznych i angażowanie zespołu w realizację (2 godziny dydaktyczne)

- hierarchia celów strategicznych, taktycznych i operacyjnych;
- cele długoterminowe i krótkoterminowe – zależność między kierunkiem strategicznym a rezultatami osiąganymi w krótszym horyzoncie;
- SMART, KPI i OKR;
- kaskadowanie celów, priorytetów i odpowiedzialności;
- delegowanie celów i zadań oraz dopasowanie sposobu zarządzania do poziomu samodzielności pracownika;



- komunikowanie oczekiwań, motywowanie i angażowanie zespołu;
- techniki motywacyjne: biznesowy sens celu, adekwatna autonomia, bieżąca informacja zwrotna, docenianie postępu i udział zespołu w sposobie realizacji;
- monitorowanie realizacji zobowiązań bez nadmiernej kontroli.
- rozpoznawanie barier koncentracji i wydajności: nadmiar lub sprzeczność priorytetów, częste zmiany kierunku, brak informacji i niejasne kryteria decyzji;

6. Kluczowe narzędzia i techniki realizacji strategii oraz zarządzania efektywnością (4 godziny dydaktyczne)

- dobór narzędzia do etapu zarządzania: diagnoza → wybór → cele → wykonanie → monitoring → korekta;
- PESTEL, pięć sił Portera, SWOT/TOWS, VRIO i macierz Ansoffa;
- Business Model Canvas, Balanced Scorecard i mapa strategii;
- KPI, OKR i dashboard zarządczy;
- macierz priorytetów, analiza scenariuszowa i rejestr ryzyk;
- przeglądy strategiczne, działania korygujące i optymalizacyjne;
- cykl zarządzania wynikiem: cel → miernik → odchylenie → analiza przyczyny → decyzja → działanie korygujące/usprawniające → ponowny pomiar;
- wykorzystanie danych i technologii do planowania, monitorowania, komunikacji i zwiększania transparentności.
- dobre praktyki i etyka zarządzania: transparentne kryteria decyzji, rzetelne raportowanie KPI i ryzyk, odpowiedzialne korzystanie z danych i technologii oraz ochrona przed manipulowaniem miernikami;

Efekty uczenia się:

1. WIEDZA

- a. Osoba uczestnicząca zna różnice pomiędzy zarządzaniem strategicznym, taktycznym i operacyjnym oraz rozumie ich wzajemne powiązania.
- b. Zna elementy strategii i etapy procesu jej budowania oraz wdrażania.
- c. Rozumie pojęcie orientacji na wynik i świadomości biznesowej oraz ich znaczenie dla jakości decyzji menedżerskich.



- d. Zna metody analizy rynku, procesów, zasobów, kompetencji, danych i potencjału organizacji.
- e. Zna wybrane narzędzia analizy i realizacji strategii oraz zasady ich stosowania.
- f. Zna zasady formułowania celów, doboru KPI i OKR oraz monitorowania efektywności.
- g. Rozumie znaczenie komunikowania celów, delegowania odpowiedzialności i angażowania pracowników w realizację strategii.
- h. Rozumie wpływ cyfryzacji, danych, pracy zdalnej i hybrydowej na sposób planowania, komunikacji i monitorowania wyników.

2. UMIEJĘTNOŚCI

- a. Osoba uczestnicząca analizuje sytuację organizacji z perspektywy wyniku, klientów, procesów, rynku, zasobów i zespołu.
- b. Porządkuje proces budowania strategii oraz wykorzystuje dane i analizy do podejmowania decyzji.
- c. Przeprowadza analizę wewnętrzną, identyfikuje mocne strony, ograniczenia, luki rozwojowe i obszary optymalizacji.
- d. Określa możliwe kierunki działania i ocenia ich zasadność, ryzyko oraz wymagania zasobowe.
- e. Formułuje cele strategiczne i operacyjne, dobiera mierniki oraz przekłada cele na priorytety i zadania zespołu.
- f. Deleguje zadania i odpowiedzialność, komunikuje oczekiwania oraz wspiera samodzielność i zaangażowanie pracowników.
- g. Monitoruje wyniki, rozpoznaje odchylenia i proponuje działania korygujące oraz usprawniające.
- h. Dobiera i stosuje narzędzia strategiczne oraz wykorzystuje dane i technologie do planowania i monitorowania.

3. KOMPETENCJE SPOŁECZNE

- a. Osoba uczestnicząca rozumie znaczenie odpowiedzialności za wynik i spójność działań operacyjnych z celami strategicznymi.
- b. Jest gotowa do podejmowania decyzji na podstawie danych, analizy i oceny konsekwencji dla całej organizacji.



- c. Wykazuje gotowość do przyjmowania długofalowej perspektywy przy jednoczesnym reagowaniu na zmiany otoczenia.
- d. Rozumie znaczenie komunikowania priorytetów, współpracy, angażowania pracowników i rozwijania ich samodzielności.
- e. Jest gotowa do konstruktywnego uzgadniania priorytetów, doskonalenia procesów i wykorzystywania informacji zwrotnej jako źródła usprawnień.

Metody pracy z grupą:

1. miniwykład i prezentacja;
2. dyskusja moderowana;
3. studium przypadku (case study);
4. praca indywidualna i w grupach zadaniowych;
5. metaplan i praca z arkuszem strategicznym;
6. symulacje decyzyjne;
7. ćwiczenia z KPI, OKR i dashboardami;
8. warsztat doboru narzędzi strategicznych;
9. prezentacja rezultatów i informacja zwrotna trenera.

Sposób weryfikacji efektów uczenia się:

- końcowy test wiedzy: 27 pytań jednokrotnego wyboru, po jednym pytaniu do każdego szczegółowego efektu uczenia się z kolumny E wzorca; za każdą prawidłową odpowiedź 1 punkt;
- obserwacja pracy uczestników podczas ćwiczeń i symulacji;
- analiza rezultatów studiów przypadku;
- zadania indywidualne i grupowe;
- ocena poprawności zastosowania narzędzi strategicznych;
- ocena sposobu przełożenia celów organizacji na działania, odpowiedzialność i mierniki zespołu;
- prezentacja skróconego planu strategicznego przygotowanego podczas warsztatu;
- dyskusja podsumowująca i informacja zwrotna trenera.