

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Wydział Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych

**Projekt
poprawy jakości kształcenia
oraz
restrukturyzacji organizacyjnej i programowej
w
Katedrze Strategii Zarządzania i Rozwoju Organizacji**

Wykonawcy:

Krzysztof Firlej - redakcja naukowa i kierownik zespołu

Tomasz Bober

Magdalena Gorzelany – Dziadkowiec

Ewa Koziń

Józef Machaczka

Krzysztof Misiołek

Halina Smutek

Kraków 2015

Prof. UEK dr hab. Krzysztof Firlej
Katedra Strategii Zarządzania i Rozwoju Organizacji
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Kraków 14 lipiec 2015

Szanowny Pan

Prof. dr hab. Kazimierz Zieliński

Dziekan Wydziału Ekonomii i Stosunków

Międzynarodowych

Dt. dotacji na dofinansowanie poprawy jakości kształcenia

Zwracam się z uprzejmą prośbą o przyznanie środków finansowych Katedrze SZiRO z dotacji przyznanej przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego na poprawę jakości kształcenia oraz restrukturyzację organizacyjną i programową. Wnioskowana kwota wynosi 120 tysięcy zł i ma być przeznaczona a realizację projektu „Globalna perspektywa”.

Cel główny projektu: ukierunkowanie studiującej młodzieży na praktyczne aspekty zarządzania i praktyczny wymiar organizacji, wzrost transferu wiedzy praktycznej (poza kanonem wiedzy niezbędnej przyszłemu menedżerowi, zostaną wzmocnione więzi świata nauki z praktyką gospodarczą), nawiązanie współpracy z ośrodkami krajowymi, jak i zagranicznymi.

Uzasadnienie projektu: w obecnym kształcie studenci często skarżą się, iż zbyt dużo teorii jest podczas procesu dydaktycznego, natomiast mało jest praktyki, rzadko odwiedzają w ramach studiów przedsiębiorstwa, nie ma spotkań z przedsiębiorcami, nawet z praktyką (stażem) są problemy, aby ją odbyć. Projekt „Globalna perspektywa” ma otworzyć perspektywy studentom współpracy z przedsiębiorstwami, jak i organizacjami trzeciego sektora. Wizyty studyjne oferowane studentom dostarczą intensywne, bezpośrednie doświadczenie kultury biznesowej w wybranym kraju lub regionie. Studenci będą mieli możliwość spotkania się z czołowymi menedżerami oraz urzędnikami państwowymi podczas wizyty w różnego rodzaju organizacjach.

Nawiązanie współpracy z różnymi instytucjami pozwoli młodzieży poznać różne środowiska biznesowe i da podwaliny dla przyszłych międzynarodowych staży i pracy. Poprzez

połączenie teorii z wymiarem praktycznym studenci będą mieli możliwość rozwoju umiejętności przywódczych i komunikacyjnych jako kompetencji strategicznych.

Obecnie na Wydziale Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych uruchomione zostały dwa nowe kierunki Inżyniera Organizacji i Zarządzania oraz Organizacja i Zarządzanie – studia menedżerskie. Realizacja projektu „Globalne perspektywy” pozwoli kształcić na tych kierunkach w formule teoretyczno-praktycznej z bardzo dużym naciskiem na zdobywanie doświadczenia.

Kosztorys:

1. Tematyczne seminarium naukowe + Business Study Trip w konkretnych organizacjach	35 000 zł
2. Podręczniki (będą wykorzystane podczas zajęć na nowych kierunkach 3x13 000 zł)	39 000 zł
3. Konferencja	25 000 zł
4. Specjalistyczne programy komputerowe	13 000 zł
5. MS Project 2013 Single Academic OPEN (10 stanowisk 4.084 zł) MS Visio Professional 2013 Single Academic OPEN (10 stanowisk 3.571 zł)	
6. Gra strategiczna	10 000 zł
Suma:	122 000 zł

*Prof. nadzw. dr hab. Krzysztof Firlej
Prodziekan Wydziału Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych
Vice Dean of Economics and International Relations Faculty
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie; Katedra Strategii Zarządzania i Rozwoju
Organizacji
Cracow University of Economics; Department of Strategy Management and
Organization Development
31-510 Kraków, ul. Rakowicka 27; pawilon U, pok. 410; NIP: 675-000-63-46
Telefon: +4812 2935157; +48 12 2935173 Fax: +4812 2937450*

1.

Tematyczne seminarium naukowe + Business Study Trip w konkretnych organizacjach

Seminarium zostanie zorganizowane jako tzw. podróż korporacyjna - często nazywana także business travel - podróż służbowa odbywana przez potencjalnych pracowników. Tego rodzaju seminarium stanowi szczególną formę działań promocyjnych o charakterze szkoleniowo edukacyjnym. Ma na celu pogłębienie wiedzy studentów w konkretnej dziedzinie. Organizuje się je dla fachowców w konkretnej dziedzinie np. dla grupy agentów biur podróży. Temat omawiany jest kompleksowo. Seminarium ma cechować dyskusja i wymiana poglądów. Proponowane cele podróży to:

1. Zwiedzanie Raciborza

Najsłynniejsze marki Raciborza, czyli sentymentalna podróż do dawnych raciborskich fabryk „Cygara, marcepany, pilznery, pierniki...”, czyliajsłynniejsze raciborskie marki z XIX i XX wieku” –. Będzie to sentymentalna podróż do dawnych raciborskich fabryk, w których powstawały najwyższej jakości produkty, w tym na stół cesarski w Berlinie.

2. Zwiedzanie Fabryki Wedla w Warszawie

Fabryka Wedla w Warszawie na Pradze Czekoladowy Weekend organizuje z myślą o amatorach czekolady. Będzie można zwiedzić taśmnie produkcyjną i zobaczyć, jak powstają pyszne czekoladowe smakołyki. Wycieczka rozpocznie się od zwiedzania linii produkcyjnej wedlowskiej tabliczki czekolady. Następnie zwiedzający będą mogli zobaczyć, jak wygląda praca cukierników w Pracowni Rarytasów, magicznym atelier, w którym wszystkie smakołyki powstają ręcznie, w tradycyjny sposób. Trasa wycieczki Czekoladowego Weekendu nie ominie legendarnego gabinetu Jana Wedla, gdzie pracował mistrz czekolady. Dużą atrakcją będzie także wystawa rzeźb wykonanych z czekolady. Specjalną atrakcją będzie spotkanie z Maestro Czekolady E. Wedel, Januszem Profusem, który podzieli się z odwiedzającymi fabrykę ciekawostkami, dotyczącymi świata czekolady. Dla wielbicieli czekolady jedną z najważniejszych wydarzeń będzie z pewnością możliwość skosztowania najlepszych wedlowskich produktów. E. Wedel od ponad 160 lat produkuje czekoladowe specjały. Od września 2010 roku, Wedel jest częścią japońskiej Grupy LOTTE, która jest międzynarodowym koncernem, założonym w 1948 roku.

3. Zwiedzanie Fabryki Opla w Gliwicach

Zakład GM Manufacturing Poland należy do międzynarodowego koncernu General Motors i jest jednym z jego 10 europejskich zakładów produkcyjnych. Jest jedynym w GME zakładem, który produkuje zarówno pojazdy samochodowe jak i jednostki napędowe. Główna siedziba firmy znajduje się w Gliwicach, gdzie powstają samochody osobowe, natomiast silniki produkowane są w oddziale w Tychach. W roku 2015 firma rozpocznie produkcję nowej generacji Astry. Zakład prowadzi politykę Otwartych Drzwi, prowadząc programy zwiedzania zakładu, w

ramach którego tylko w 2012 roku odwiedziło nas 4000 Gości oraz program stażowy, z którego dotychczas skorzystało ponad 200 młodych inżynierów.

4. Zwiedzanie Fabryki Fiata w Tychach.

Fiat Auto Poland to firma należąca do grupy Fiat Auto powstała w 1992r. na bazie Fabryki Samochodów Małolitrażowych (FSM) w Bielsku Białej i w Tychach. Zakład w Tychach jest obecnie największą fabryką Fiata w Europie, a drugą co do wielkości na świecie. Produkuje się tu cztery modele samochodów: Fiata 500, Fiata Panda, Forda Ka II, Lancię Ypsilon II. W trakcie zwiedzania fabryki można zobaczyć, jak powstaje samochód, począwszy od tłoczenia blachy na karoserię, po gotowy pojazd, który zjeżdża z taśmy produkcyjnej na zakładowy parking. Szczególne wrażenie wywierają na zwiedzających potężne roboty, które wyręczają człowieka w wielu pracach np. składanie i zespalanie poszczególnych części nadwozia, wklejanie szyb, wmontowanie silnika itp.

5. Zwiedzanie Tyskich Browarów Książęcych

Program zwiedzania obejmuje: zwiedzanie Tyskiego Browarium, w tym kolekcji piwnych eksponatów, seans w kinie 3D oraz korzystanie z multimedialnych atrakcji, zwiedzanie Tyskich Browarów Książęcych, perły architektury i jednocześnie nowoczesnego zakładu. Tyskie Browary Książęce to miejsce wyjątkowe, ponieważ warzy się w nim piwo od blisko czterystu lat. Tym samym browar stał się świadkiem wielu wynalazków, rewolucji, wojen, wspaniałych postaci i pomysłów, które zmieniły świat. Zapraszamy do wyprawy w głąb historii Tyskich Browarów Książęcych.

6. Zwiedzanie Huty Szkła w Zawierciu

Kryształowa Huta to wyjątkowa atrakcja turystyczna. Huta szkła kryształowego, funkcjonująca w Zawierciu nieprzerwanie od 1884 r. jest częścią Samochodowego Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego – którego poszczególne przystanki pozwalają zapoznać się z historią rozwoju przemysłowego regionu.

Zwiedzanie huty kryształu odbywa się podczas normalnej pracy zakładu, co pozwala na przyjrzenie się z bliska produkcji wyrobów kryształowych, poczynając od przygotowania surowców, poprzez proces pobierania płynnej masy szklanej z wanny szklarskiej i jej formowania – ręcznego oraz automatycznego, aż po proces zdobienia. Szczególną atrakcją stanowi możliwość obserwowania pracy hutników, dzięki którym z gorącej szklanej masy powstają przepiękne, kryształowe formy oraz procesu ręcznego zdobienia wyrobów kryształowych, który dodaje tym formom wspaniałego blasku. Obszary zwiedzania: mieszanie i dozowanie surowców, formowanie wyrobów, zdobienie, grawerowanie i pakowanie wyrobów, muzeum szklarstwa.

7. Zwiedzanie zakładów CAN-PACK S.A. w Brzesku.

Jego celem będzie zapoznanie się z liniami produkcyjnymi do wytwarzania puszek. Grupa Can Pack działa na rynku opakowań metalowych od ponad 20 lat. W tym okresie stała się wiodącym producentem w branży opakowań napojowych w Europie Środkowo-Wschodniej i stale umacnia swoją pozycję rynkową w Europie Zachodniej, Azji i Afryce. W rezultacie realizacji projektów inżynierskich

i inwestycji o wartości setek mln dolarów oraz instalacji urządzeń o najwyższym, światowym poziomie technicznym, osiągnięto najwyższy poziom technologii produkcji opakowań. Oferta Grupy Can Pack obejmuje obecnie – obok opakowań napojowych – szeroki asortyment stalowych puszek zgrzewanych dla przemysłu spożywczego, wieczek łatwo otwieralnych, pojemników aerozolowych, zamknięć do butelek, opakowań dla przemysłu chemicznego i kosmetycznego, opakowań szklanych, a także usługi związane z produkcją opakowań.

8. Zwiedzanie zakładów WSK PZL Mielec S.A.

Są one częścią United Technologies Holdings S. A., producenta popularnych samolotów rolniczych, lokalnego transportu pasażerskiego, do zadań specjalnych i szkolenia pilotów. Wizyta objęła prezentację struktury firmy i zwiedzanie linii wytwarzania podzespołów oraz hal montażowych samolotów i śmigłowców.



Podręcznik 1

Tytuł:

Nowoczesne modele biznesu

Współczesne modele biznesu są uwarunkowane zmiennością strategiczną otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego przedsiębiorstwa, które wpływają na postawy i decyzje menedżerów zarządzających przedsiębiorstwami w XXI wieku. Permanentnej zmianie ulegają systemy wartości, kształtują się postawy etyczne i umiejętności wymagane do znalezienia swojej pozycji w gospodarce opartej na wiedzy. Nowoczesne modele biznesu znajdują swe pole działania w teorii i praktyce zarządzania. Obowiązujące trendy w tworzeniu i formowaniu się nowoczesnych modeli biznesu przedsiębiorstw uzależnione są od orientacji funkcjonujących przedsiębiorstw w XXI wieku, jak również wykorzystywanych elementów modelu biznesu w przedsiębiorstwie. Nowoczesne modele biznesu to niezwykle istotny element wspierający zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwa, a także podnoszący jego przewagę konkurencyjną. W obecnie prężnie rozwijającej się gospodarce rynkowej za priorytetowe aspekty tworzenia i rozwoju modeli biznesowych należy uznać innowacyjność i ich zastosowanie w biznesie sieciowym, czego dowodzą liczne przykłady z praktyki życia gospodarczego.

Proponowany spis treści:

1. Pojęcie modelu biznesu – istota i ewolucja
2. Teoria i praktyka tworzenia modeli biznesu w przedsiębiorstwie
3. Modele biznesu w aspekcie orientacji przedsiębiorstw w XXI wieku
4. Elementy modelu biznesu w przedsiębiorstwie
5. Zarządzanie strategiczne versus nowoczesne modele biznesu
6. Model biznesu w podnoszeniu przewagi konkurencyjnej
7. Aspekty innowacyjne w kreacji nowoczesnych modeli biznesu
8. Model biznesu sieciowego – potrzeba czy szansa
9. Wybrane modele biznesu w praktycznym wykorzystaniu

Podręcznik 2

Tytuł:

Zarządzanie zintegrowane – teoria i praktyka

Zarządzanie zintegrowane to jeden system zarządzania umożliwiający integrację wszystkich podsystemów i procesów w jednolitą, kompletną strukturę, co pozwala na pracę w systemie jednostki o zunifikowanych celach. Przedsiębiorstwa, aby mogły się rozwijać muszą pomyśleć o połączeniu procesów, procedur i praktyk działania stosowanych w organizacji w celu wdrożenia jej polityki. Działania te powinny być skuteczniejsze w osiągnięciu celów wynikających z polityki niż podejście poprzez oddzielne systemy. Zarządzanie zintegrowane to udokumentowany i spójny system zarządzania spełniający wymagania dwóch norm. Jego wdrożenie umożliwia skuteczne i równoczesne zarządzanie wieloma podsystemami, poprzez ustanowienie i realizację jednolitej polityki.

Celem niniejszej monografii będzie wskazanie istoty i specyfiki zintegrowanego zarządzania organizacjami oraz wskazanie jak zintegrowane zarządzanie wpływa na konkurencyjność organizacji. Uwaga zostanie również skupiona na zarządzaniu społecznym, które to ma bardzo istotne znaczenie dla organizacji III sektora.

Proponowany spis treści:

Zintegrowane zarządzanie we współczesnych organizacjach

1. Zarys koncepcji zintegrowanego zarządzania
 - 1.1. Pojęcie zintegrowanego zarządzania
 - 1.2. Obszary interakcji w koncepcji zintegrowanego zarządzania
 - 1.3. Wybrane modele zarządzania zintegrowanego
 - 1.4. Zależności pomiędzy komponentami zintegrowanego zarządzania
 - 1.5. Specyfika zarządzania w organizacjach III sektora – zarządzanie społeczne
2. Zarządzanie normatywne
 - 2.1. Tożsamość a model polityki firmy
 - 2.2. Model misji
 - 2.3. Kulturowy wymiar zarządzania

3. Zarządzanie strategiczne
 - 3.1. Strategia przedsiębiorstwa
 - 3.2. Modele tworzenia strategii firmy
 - 3.3. Decyzje strategiczne
 - 3.4. Zmiana strategiczna
4. Zarządzanie operacyjne – organizacja w działaniu
 - 4.1. Metody rozwoju wewnętrznego (opanowanie technologii, wprowadzenie produktu, określenie systemu (podsystemów), struktury organizacyjnej, zdobywanie rynku, poszerzanie zakresu działania)
 - 4.2. Metody rozwoju zewnętrznego (strategiczne programy port folio holdingi umiędzynarodowienie, alianse strategiczne)
 - 4.3. Metody rozwoju wewnętrznego i zewnętrznego (fuzje, konsolidacja, wykup)
5. Społeczna odpowiedzialność biznesu
 - 5.1. Odpowiedzialny biznes w nieodpowiedzialnym świecie
 - 5.2. Modele społecznej odpowiedzialności biznesu – od społecznego reagowania do społecznego wkładu
 - 5.3. Strategie społecznej odpowiedzialności
 - 5.4. Zarządzanie relacjami społecznymi
6. Zarządzanie wiedzą w organizacjach uczących się
 - 6.1. Koncepcja organizacyjnego uczenia się
 - 6.2. Zachowania zmierzające do rozwoju – od indywidualnego do organizacyjnego uczenia się
 - 6.3. Zasoby wiedzy a konkurencyjność organizacji
 - 6.4. Modele zarządzania wiedzą
 - 6.5. Transfer wiedzy
7. Zarządzanie społeczne
 - 7.1. Podmioty ekonomii społecznej
 - 7.2. Specyfika zarządzania w podmiotach ekonomii społecznej
 - 7.3. Otoczenie podmiotów ekonomii społecznej
 - 7.4. Przywództwo
 - 7.5. Kompleksowość i różnorodność

Podręcznik 3

Tytuł:

Nadzór właścicielski i korporacyjny

Nadzór właścicielski rozumiany jako egzekwowanie praw własnościowych poprzez formalnych przedstawicieli w radach nadzorczych wynika z przepisów prawa spółek oraz statutu spółki. W ten sposób rozumiany nadzór odnosi się tylko do relacji panujących pomiędzy akcjonariuszami a menedżerami i pomija pozostałych interesariuszy. W Polsce, ze względu na stosowane tu mechanizmy nadzoru, kształtujący się system nadzoru jest systemem wewnętrznym, stąd można stwierdzić, że w większości przypadków nadzór sprawowany nad przedsiębiorstwami jest bardziej właścicielski aniżeli korporacyjny. Nadzór właścicielski jest pojęciem węższym od nadzoru korporacyjnego, obejmującym jedynie zagadnienia związane z prawami akcjonariuszy do ich majątku powierzonego kadrze, która zarządza przedsiębiorstwem. Pojęcie nadzoru korporacyjnego ma szersze znaczenie i swoim zasięgiem obejmuje formalną i nieformalną strukturę wpływów na najważniejsze decyzje podejmowane przez menedżerów.

Proponowany spis treści:

I część: Nadzór właścicielski

1. Własności i zarządzanie
2. Kapitalizm menadżerski
3. Teorie agencji
4. Ryzyko pośrednictwa i asymetrii informacji

II część: Nadzór korporacyjny

1. Geneza nadzoru korporacyjnego
2. Funkcje nadzoru korporacyjnego
3. Modele nadzoru korporacyjnego
4. Systemy nadzoru korporacyjnego

III część: Finansowy i społeczny model korporacji

1. Koncepcja zrównoważonego rozwoju w modelu korporacyjnym
2. Jakość zarządzania w modelach korporacyjnych
3. Nadzór właścicielski w grupie kapitałowej

3.

Konferencja Naukowa:

NOWOCZESNE ZARZĄDZANIE INŻYNIERIĄ I ORGANIZACJĄ PRODUKCJI ASPEKTY TEORETYCZNE I PRAKTYCZNE

Organizatorami Konferencji będzie:

1. Katedra Strategii Zarządzania i Rozwoju Organizacji Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie
2. Katedra Zarządzania Jakością Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie
3. Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy, Zakład Ekonomiki Przemysłu Spożywczego

Celem konferencji będzie przygotowanie i prezentacja dotychczasowego dorobku naukowego (wyników badań krajowych i zagranicznych), integracja środowiska naukowego oraz wymiana doświadczeń dotyczących nowoczesnych metod rozwiązywania problemów zarządzania, organizacji i inżynierii produkcji. Organizatorzy zakładają, że konferencja będzie szczególną okazją do prezentacji wyników własnych badań, zapoznania się z osiągnięciami innych uczestników oraz uczestnictwa w dyskusji i rozwoju współpracy naukowej.

Spotkanie ludzi świata nauki i biznesu, których zainteresowania obejmują obszary nauk ekonomicznych oraz technicznych, przyczyni się do wywołania dyskusji pozwalającej spojrzeć na poruszane zagadnienia i problemy z wielu różnych perspektyw.

Przedstawiciele Instytutów Naukowo-Badawczych zaprezentują swoje badania i osiągnięcia w obszarach branżowych jako przykład łączności świata nauki z biznesem i szeroko pojętą problematyką współpracy z praktyką życia gospodarczego w myśl Strategii Europa 2020.

Na konferencję zostaną zaproszeni przedstawiciele Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej, którzy prezentować będą ekonomiczne i techniczne uwarunkowania rozwoju sektora żywnościowego w Polsce oraz potencjału rozwoju i międzynarodowej konkurencyjności polskiego przemysłu spożywczego.

Konferencja adresowana jest do szerokiego grona naukowców i praktyków (reprezentujących zarówno ośrodki naukowe, jak i świat biznesu) oraz studentów.

Proponowana tematyka konferencji:

1. Zarządzanie przedsiębiorstwem w teorii i praktyce – aspekty strategiczne i praktyczne wykorzystanie metod zarządzania procesami produkcji
2. Zarządzanie i inżynieria produkcji – wokół odnawialnych źródeł energii, wsparcie techniczne produkcji i monitorowanie procesów wytwarzania
3. Technologie, narzędzia, systemy i rola informatyki w inżynierii produkcji
4. Instrumentarium zarządzania jakością - systemy, metody i zintegrowane systemy zarządzania jakością
5. Logistyka i transport – aspekty zarządzania logistycznego w przedsiębiorstwie, wykorzystanie systemów logistycznych w przedsiębiorstwie, transporcie i dystrybucji
6. Wykorzystanie marketingu w bieżącej działalności przedsiębiorstw – marketing i reklama oraz ich skuteczność

7. Funkcjonowanie przedsiębiorstw w XXI wieku versus społeczna odpowiedzialność biznesu i polityka CSR

30 marca 2016 r.	termin nadsyłania zgłoszeń udziału w konferencji
10 kwietnia 2016 r.	termin nadsyłania tematów artykułów wraz ze streszczeniem
10 kwietnia 2016 r.	termin dokonania opłaty konferencyjnej
30 kwietnia 2016 r.	termin nadsyłania artykułów
10-11 listopada 2016 r.	konferencja naukowa

Wstępny kosztorys:

- | | |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| 1. Obsługa administracyjna uczestników – | 1000 zł. |
| 2. Obsługa uczestników podczas obrad, obiad i catering - | 3000 zł. |
| 3. Uroczysta kolacja i zwiedzanie wybranego obiektu - | 6000 zł. |
| 4. Druk publikacji konferencyjnej - | 15000 zł. |

Poprzednia konferencja pt.

"Przemysł spożywczy – otoczenie rynkowe, inwestycje, ekspansja zagraniczna":

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Sala Senacka, 25 października 2013 roku
Gmach Główny UEK, ul. Rakowicka 27, Kraków



4.

Specjalistyczne programy komputerowe

Microsoft Project Professional 2013

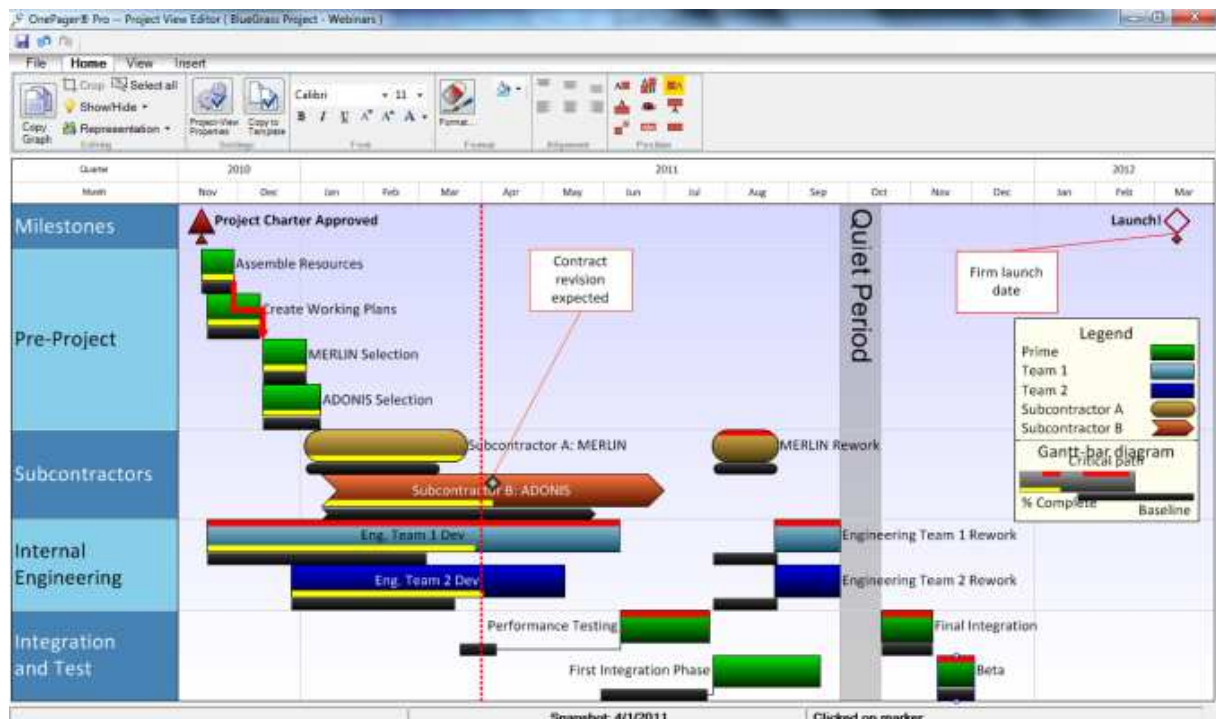
Single Academic OPEN (10 stanowisk 4.084 zł)

Microsoft Project Professional to kolejna wersja aplikacji cenionej zwłaszcza przez firmy, które borykają się z problemami zarządzania i koordynowania dużej ilości projektów i inicjatyw w dużej, często rozproszonej grupie osób.

Project 2013 pozwala na śledzenie poszczególnych etapów projektu wraz z określonym budżetem czy analizami skutków podejmowanych decyzji. Udostępnia menedżerom przejrzysty ogląd sytuacji, a pozostałym pracownikom - łatwe znalezienie i zapoznanie się z przydzielonymi zadaniami. Do celów prezentacyjnych Project korzysta z modułów graficznych programów Word i Visio, aby łatwiej przygotować odpowiednie diagramy i schematy.

Dane przechowywane w bazach projektu można także bez problemów wyeksportować do witryny SharePoint, gdzie mogą być również przechowywane dokumenty związane z projektem.

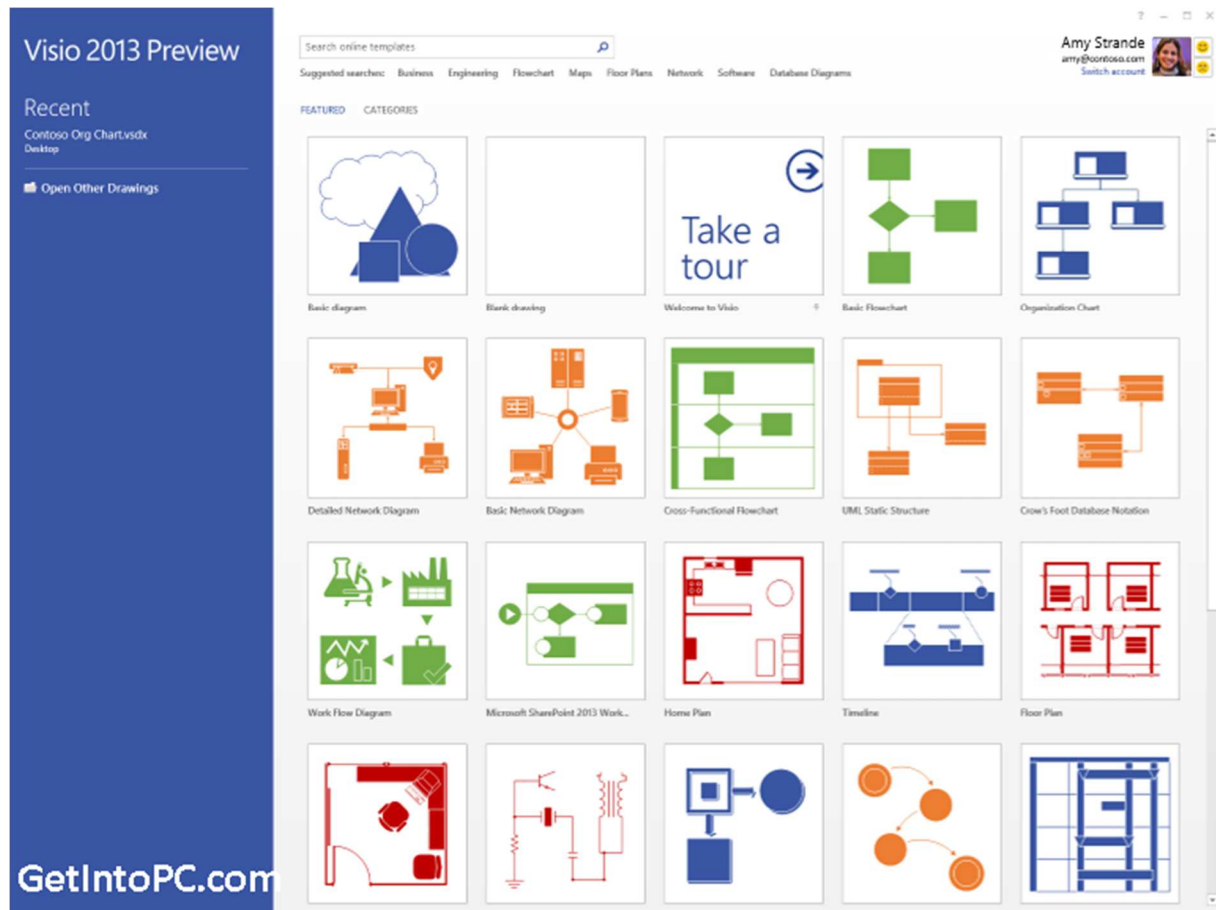
Przykładowy arkusz projektowy z proponowanego programu:



Visio Professional 2013

Single Academic OPEN (10 stanowisk 3.571 zł)

Visio Professional 2013 w sposób dotychczas niespotykany pozwala osobom i zespołom tworzyć i udostępniać profesjonalne i wszechstronne diagramy, które upraszczają złożone informacje.



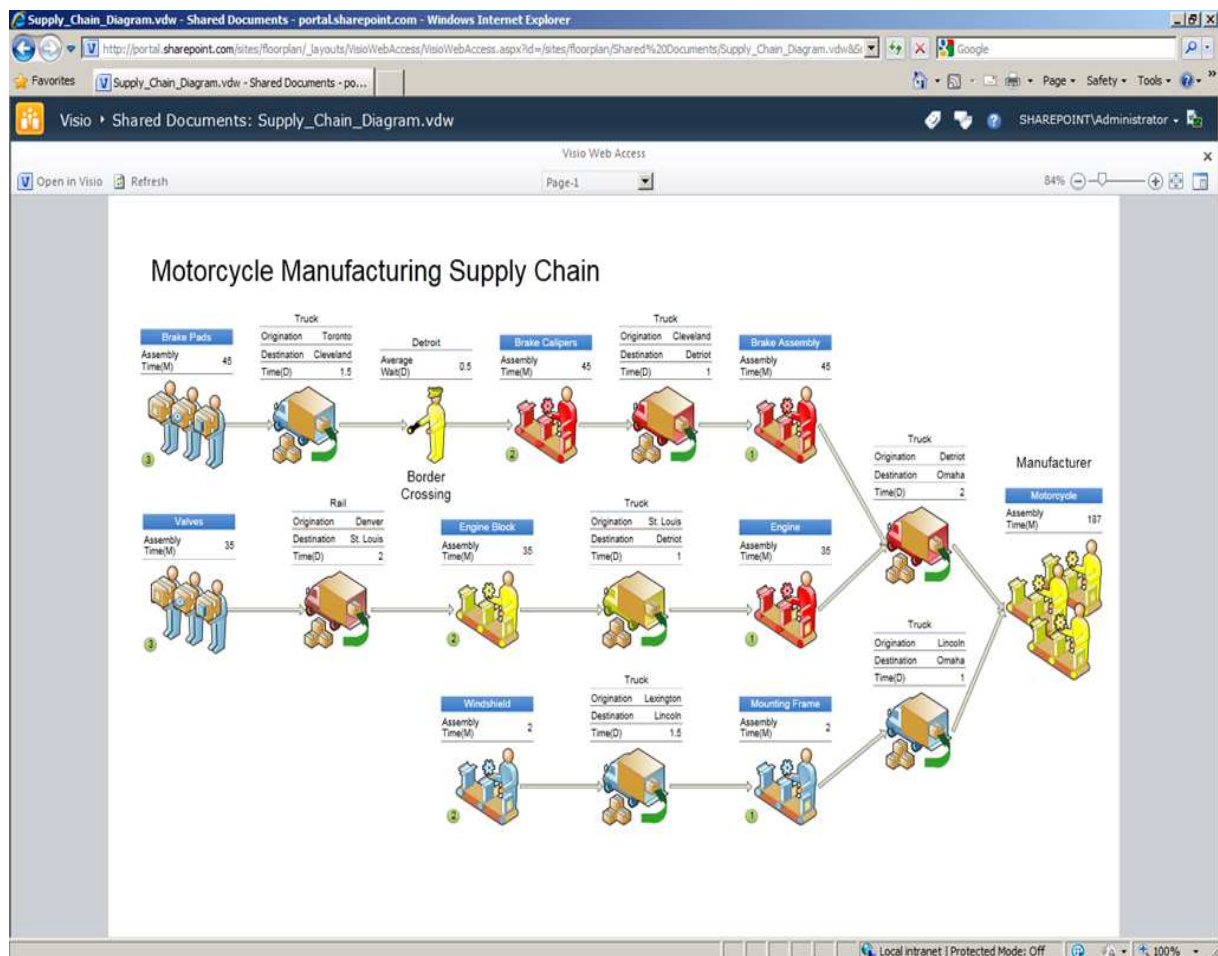
Udostępnianie i komentarz w przeglądarce sieci Web

Nie trzeba już zapisywać diagramu jako dokumentu PDF lub XPS ani też wklejać go do prezentacji PowerPoint tylko po to, żeby go udostępnić.

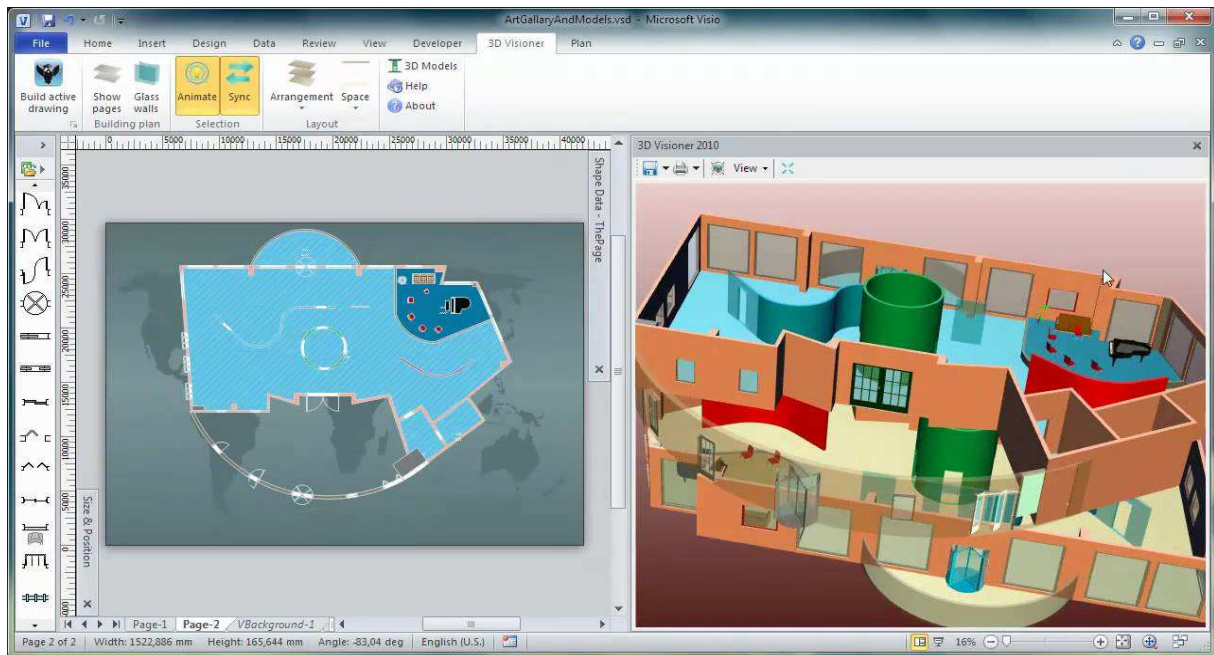
Udostępnianie diagramów współpracownikom, partnerom i klientom używającym prawie dowolnego urządzenia – nie muszą mieć nawet zainstalowanego programu Visio.

Tworzenie wizualnych przepływów pracy w programie SharePoint

Tworzenie i publikowanie wizualnych przepływów pracy w programie SharePoint ze zaktualizowaną obsługą Windows Workflow Foundation 4.0 (obejmuje obsługę etapów i pętli oraz poprawioną integrację z programem Microsoft SharePoint Designer).

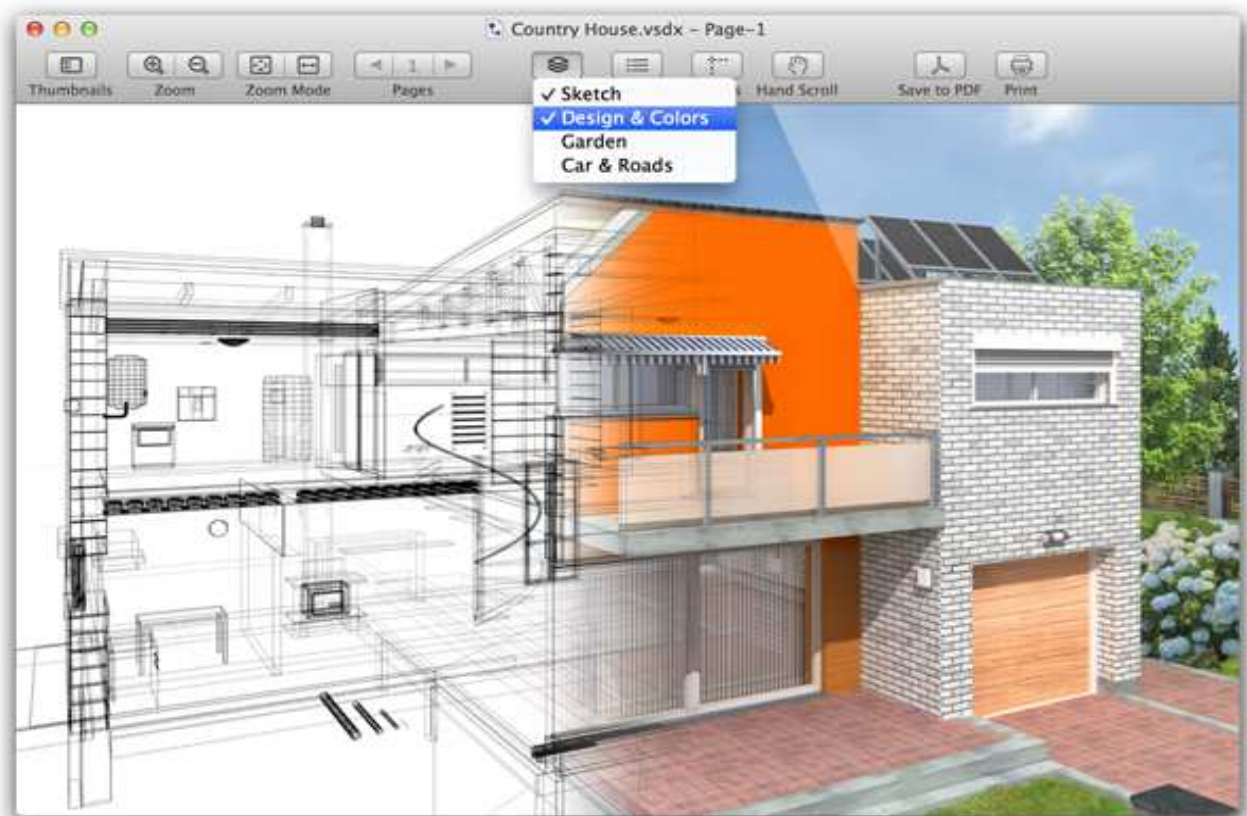


Użyj programu Visio, aby tworzyć wizualne przepływy pracy programu Microsoft Project do zarządzania zapotrzebowaniem, które współpracują z rozwiązaniami Project Server 2013 i Project Online.



Łatwe dzielenie się opiniami i reagowanie na nie

Możliwość dodawania komentarzy na prawie dowolnym urządzeniu, bez względu na to, czy używają programu Visio, czy przeglądarki z usługami Visio. Komentarze można połączyć z określonym kształtem i przenosić je razem z nim (nawet pomiędzy stronami).



5.

Gra strategiczna

OPIS GRY EDUKACYJNEJ „RUTHLESS INC BLUE”



MODEL DZIAŁANIA FIRMY W ZMIENNYM OTOCZENIU MIKRO I MAKROEKONOMICZNYM

Autor gry: Sebastian Lalik – student III roku Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie
Koordinator projektu i redakcja merytoryczna – Prof. UEK dr hab. Krzysztof Firlej

W poniższym opracowaniu przedstawiono krótki zarys tego jak ma wyglądać przykładowa gra oraz mechanizmy, które w niej zaimplementowano.

W grze wcielamy się w nowo mianowanego menadżera jednej z dużych korporacji o globalnym zasięgu działania. Jako, że zostaliśmy wybrani przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy naszej firmy, musimy udowodnić swoje kompetencje na stanowisku kierowniczym. W ciągu 12 miesięcy (czasu gry) musimy zrealizować trzy cele postawione nam przez WZA. Gracz, który osiągnie najwięcej z nich, wygrywa.

Cele są wybierane losowo na początku gry z puli około trzydziestu zadań. Gracz może stanąć przed zadaniem osiągnięcia najwyższego zysku wśród wszystkich firm graczy biorących udział w grze, lub/i będzie musiał kontrolować 80% globalnego rynku danego towaru, albo wybranego rynku geograficznego np.:

-po 12tu miesiącach gracz musi kontrolować 70% sprzedaży towarów na rynkach spożywczych w Ameryce Północnej i Europie.

Cele mogą dotyczyć również: wartości akcji, poprawienia jakości produktów, posiadania wykwalifikowanej kadry, zdobycia tytułu „Najbardziej Innowacyjnego Przedsiębiorstwa Roku” etc..

Cele danego gracza są tajne są dla wszystkich pozostałych uczestników gry.

W następnym kroku gracz losują warunki startowe swojej firmy, czyli mocne i słabe strony swojej działalności jak i szanse oraz zagrożenia swojej firmy (analiza SWOT). Przydzielane są również akcje danej korporacji pod zarząd grającego. Gracz może zarządzać nimi grając na giełdzie (i kredytować w ten sposób swoją działalność), ale musi również uważać, by nie

stracić pakietu kontrolnego akcji na rzecz innych graczy (wiąże się to z utratą kontroli nad przedsiębiorstwem i odpadnięciem z gry przed jej końcem nawet jeśli spełnia wszystkie z trzech zadań WZA).

Jeżeli firma gracza będzie dobrze zarządzana to jej wartość na giełdzie wzrośnie. Jeśli zaś firma będzie źle zarządzana to jej kurs spadnie do poziomu śmieciowego.

Każdy uczestnik gra przeciwko innym graczom oraz przeciw mechanizmom modelu. Im więcej uczestników gry, tym większy poziom trudności.

W grze występują trzy rodzaje rynków dóbr i osiem rynków geograficznych.

Gra toczy się przez 12tur gry (12miesiący). Każda tura będzie podzielona na cztery fazy:

1. Faza planowania i podejmowania decyzji
2. Faza organizowania
3. Faza przewodzenia
4. Faza kontroli

W fazie planowania i podejmowania decyzji gracz „w swojej firmie” (w tajemnicy przed innymi uczestnikami, za specjalną zasłonką) podejmie decyzje dotyczące zagadnień takich jak złożenie kontraktów na surowce oraz inne zasoby, wielkość produkcji, budżet marketingu, kierunki badań działu B + R, kontrole jakości, usprawnienie logistyki, etc..

Zachowanie tajemnicy przed innymi graczami spowoduje konieczność brania pod uwagę możliwych strategii konkurencji przez każdego z uczestników gry. Jeśli dobrze przewidzimy działania oponentów możemy im nawet pokrzyżować plany np. zgarniając im „sprzed nosa” strategiczne surowce potrzebne do produkcji.

Czas trwania fazy planowania i podejmowania decyzji to jedna minuta, tak więc uczestnicy gry będą działać pod presją czasu.

Po upływie czasu wszyscy gracze „odstaniają” swoje decyzje. Jednocześnie jeden z graczy wylosuje jedną kartę zdarzenia, która może mieć wpływ zarówno na jednego tylko gracza (zdarzenie mikroekonomiczne),

PRZYKŁAD: pożar w magazynach gracza uszczuplił jego zapas towarów o cztery jednostki. Dodatkowo gracz musi zapłacić 4mln \$ za naprawę magazynów.

Jak i na kilku graczy (zdarzenie makroekonomiczne):

PRZYKŁAD: rządy krajów Ameryki Południowej przestały finansować programy socjalne i zniosły specjalny podatek dla firm zagranicznych działających na terenie tego kontynentu. Koszty produkcji graczy posiadających zakłady przemysłowe w Ameryce Południowej spadają do kwoty dwóch milionów \$.

Lub wszystkich graczy:

PRZYKŁAD: ogólnoswiatowa cena samochodów spadła o 2mln \$. Dlatego też zwiększa się popyt na dobro komplementarne jakim jest benzyna. Cena benzyny wzrasta o 2mln \$.

Na chwilę obecną w puli możliwych zdarzeń jest około 1100 różnych sytuacji ekonomicznych zarówno mikro jak i makroekonomicznych oddziałujących pozytywnie jak i negatywnie na działalność korporacji graczy. Po przerobieniu podręcznika „Podstawy makroekonomii” pod redakcją Pani profesor Zofii Dach i Pani profesor Bogumiły Szopy oraz materiałów otrzymanych od Pana profesora Krzysztofa Firleja mam nadzieję, iż w powyższej puli znajdzie się około 2000 zdarzeń.

Losowanie zdarzeń będzie odmierzało czas trwania gry. Dwunaste wydarzenie oznaczać będzie, iż po przejściu wszystkich czterech faz tury gra się zakończy, a uczestnicy będą sprawdzać, czy udało im się wykonać zadania postawione przed nimi przez WZA.

W fazie organizowania gracze będą wprowadzać w czyn decyzje podjęte w poprzedniej fazie skorygowane o decyzje innych uczestników jak i o wylosowane chwile wcześniej wydarzenia mikro lub makroekonomiczne. W tej fazie będzie można zmienić częściowo podjęte wcześniej decyzje, ale ta możliwość będzie ograniczona („złe decyzje będą się mściły”).

W fazie przewodzenia gracz będzie miał możliwość motywowania pracowników do lepszej pracy.

W fazie kontroli gracze staną się stroną podażową rynku (w odróżnieniu od fazy organizowania, której byli stroną popytową na rynku czynników produkcji). W pierwszej części będą musieli zdecydować ile będzie kosztował każdy z trzech produktów na każdym z 8-miu rynków. Obowiązuje prawo podaży: im mniej produktów gotowych zaoferują wszyscy gracze tym większa będzie ich cena. I na odwrót: im więcej produktów gotowych zaoferują gracze, tym ich cena będzie niższa (patrz przykład poniżej).

PRZYKŁAD: gra dla czterech graczy

RYNEK AZJATYCKI	
Podaż dobra	Cena sprzedaży
9+	1mln \$
5-8	2mln \$
1-4	3mln \$

Kiedy ustalona będzie już cena po jakiej będzie sprzedawany gotowy produkt, gracze przystąpią do walki o rynki zbytu. Każdy wyprodukowany produkt przechodzi przez kontrolę jakości, zabiegi marketingowe oraz szereg udoskonaleń wzmacniających jego atrakcyjność dla konsumenta. Im więcej pieniędzy wydano na wymienione powyżej działania tym silniejsza pozycja produktu na rynku. Walka o klienta odbywa się na podstawie porównania atrakcyjności wszystkich produktów oferowanych przez graczy na danym rynku geograficznym. Produkt gotowy, który wygra powyższy pojedynek „zgarnia” cały utarg dla swojego właściciela. Jeżeli dodatkowo przejmie więcej niż 50% rynku danego towaru, wtedy gracz otrzymuje dodatkowy bonus w następnej rundzie w postaci większej atrakcyjności produktu na tym rynku (gracz wyrobił sobie markę na tym rynku).

Ostatnią częścią tej fazy jest zebranie żetonów pieniędzy i dóbr, oraz dołożenie żetonów surowców i przygotowanie się do następnej tury.

Dwunaste wydarzenie wyznacza ostatnią turę oraz koniec gry. Potem następuje sprawdzenie wykonania celów WZA i ogłoszenie zwycięzcy lub zwyciężców.

**Powyższy model jest wynikiem kilku miesięcy przemyśleń. Jednakże w dalszych etapach prac może się okazać, iż pomimo dochoowanej staranności i długiego czasu analizy działania modelu, część mechanizmów zostanie zmieniona. Nie będą to zmiany rewolucyjne, ale w dalszych etapach przygotowywania modelu na pewno jakieś wystąpią.

1. Gra strategiczna 10 000 zł

Kosztorys dla 100 sztuk:

Opracowanie projektu –	3000 zł.
Szata graficzna – opracowanie i produkcja –	6000 zł
Promocja i dystrybucja -	1000 zł