

## **LISTA ASK EDUKACIJA**

### **I BIZNIS ŠKOLE**

#### **1. BIZNIS ŠKOLA ZA MENADŽERE**

- a. Korporativno i HR upravljanje
  - b. Upravljanje prodajom
  - c. Upravljanje projektima
  - d. Upravljanje operacijama i IT
  - e. Upravljanje finansijama
  - f. Upravljanje troškovima
  - g. Upravljanje poslovnim procesima
  - h. Upravljanje rizicima poslovanja
- ✓ *8 modula po 4 dana odnosno ukupno 32 dana*
  - ✓ *2 semestra, nepuna 4 mjeseca po semestru ukupno 8 mjeseci*
  - ✓ *mentorstvo*
  - ✓ *praktičan rad*

#### **2. BIZNIS ŠKOLA**

- a. Upravljanje procesima u praksi (Proces Management)
  - b. Upravljanje projektima u praksi (Project Management)
  - c. Upravljanje troškovima i finansijama (Cost & Finance Management)
  - d. Lean Management u praksi
  - e. Coaching, Liderstvo i upravljanje konfliktima
  - f. "Storiteling" vještina uspješnih
- *6 modula po 1 dan odnosno ukupno 6 dana*
  - *1 dan po modulu*
  - *trajanje ukupno 3 mjeseca*

### **II BIZNIS EDUKACIJE**

#### **3. FINANSIJSKO UPRAVLJANJE, INVESTICIJSKO PLANIRANJE I UPRAVLJANJE TROŠKOVIMA**

- a. Investiciono budžetiranje
- b. Investiciono planiranje
- c. Tačka profitabilnosti
- d. Realizacija investicija
- e. Finansiranje investicija
- f. Vrsta i izračun troška
- g. Određivanje cijene proizvoda na bazi troška

#### **4. UPRAVLJANJE PROJEKTIMA**

- a. Osnove projekt menadžmenta
- b. Priprema terminskog plana
- c. Definisanje projektnih zadataka
- d. Upravljanje resursima
- e. Upravljanje budžetom
- f. Praćenje realizacije projekta
- g. Upravljanje izmjenama na projektu
- h. Priprema izvještaja
- i. Integracija sa ostalim MS Office aplikacijama

#### **5. NAPREDNO UPRAVLJANJE PROJEKTIMA**

- a. Pretpostavke za uspješan Project Management
- b. Iniciranje projekta

- c. Planiranje obima projekta
- d. Priprema termin plana projekta koristeći MS Project
- e. Planiranje potrebnih resursa na projektu koristeći MS Project
- f. Izrada analize troškova i koristi koristeći MS Project
- g. Priprema plana realizacije projekta
- h. Praćenje i kontrola realizacije projekta koristeći MS Project
- i. Upravljanje izmjenama na projektu koristeći MS Project

**6. UPRAVLJANJE POSLOVNIM PROCESIMA**

- a. Osnove proces menadžmenta i procesne organizacije
- b. Mapiranje poslovnih procesa (AS-IS situacija)
- c. Analiza procesa
- d. Definisane unapredjenja i dizajn novog procesa
- e. Implementacija i kontrola procesa
- f. Kontinuirano unapredjenje procesa

**7. MAPIRANJE POSLOVNIH PROCESA**

**8. UPRAVLJANJE PROMJENAMA (CHANGE MANAGEMENT)**

- a. Prepoznavanje potreba za promjenama
- b. Individualne i organizacijske promjene
- c. Uloga menadžera u organizacijskim promjenama
- d. Modeli promjena u organizacijama
- e. Metode i alati za upravljanje promjenama
- f. Načini implementacije promjena

**9. UPRAVLJANJE TROŠKOVIMA U PRAKSI**

- a. Uvod u računovodstvo troškova
- b. Vrste troškova
- c. Prenos u troškovno računovodstvo
- d. Kalkulacija troškova i cijena
- e. Račun troškovnih centara
- f. Planiranje troškova
- g. Standardni troškovi
- h. Optimizacija troškova
- i. Procesni menadžment

**10. LEAN UPRAVLJANJE U PRAKSI**

- a. Uvod u Lean
- b. Prethodna iskustva
- c. Glas klijenta
- d. Operativni model
- e. Unapredjenje operativnog modela
- f. Upravljanje organizacijskom infrastrukturom
- g. Definisane i mjerenje KPI
- h. Uspostavljanje bijele table
- i. Uspostavljanje i vođenje dnevnih sastanaka
- j. Kaizen
- k. Razmišljanje i ponašanje zaposlenika

**11. COACHING, LIDERSTVO I UPRAVLJANJE KONFLIKTIMA**

- a. Vrste sukoba
- b. Procesi medijacija
- c. Rješavanje konflikta
- d. Coaching alati
- e. Liderstvo

**12. USPJEŠNO PREGOVARANJE**

- a. Pregovarački stilovi i tehnike
- b. Pravilna argumentacija
- c. Kvalitetno i učinkovito okončanje pregovora

### **13. UPRAVLJANJE OPERACIJAMA**

- a. Ciljevi operativnog mgt
- b. Prognoziranje
- c. Upravljanje poslovnim aktivnostima
- d. Kapaciteti
- e. Planiranje mogućnosti operativnog modela
- f. Planiranje i upravljanje kapacitetima
- g. Organizacija operativnih aktivnosti
- h. Produktivnost i efikasnost
- i. Upravljanje troškovima i rizicima
- j. Kontrola i izvještavanje
- k. Unapređenje operativnog poslovanja

### **14. CATEGORY MANAGEMENT**

- a. Uvod u Category Management
- b. Upravljanje asortimanom kroz kategorizaciju, analizu i optimizaciju
- c. Category Management proces kroz formiranje uloga, ciljeva, strategija i taktika kategorija
- d. Space management
- e. Upravljanje nabavom, klasična nabava ili trading. Pregovori sa dobavljačima
- f. Upravljanje sekundarnim pozicioniranjem i pravila merchandisinga
- g. Kako to rade veliki igrači. Lidl - 5 strategija za rast
- h. Strategija formiranja cijena (Pricing Insights)
- i. Supermarketi budućnosti
- j. Kolektivni zadatak - Quick Wins

### **15. USPIJEŠAN RETAIL PRODAVAČ**

- a. Lične osobine retail prodavača
- b. Komunikacija sa kupcima
- c. Neverbalna komunikacija
- d. Tehnike prezentovanja i prodaje proizvoda
- e. Kako prodati luksuzan i proizvod sa višom cijenom
- f. Dodatna (vezana) prodaja
- g. Rješavanje reklamacija i rad sa „teškim“ kupcima
- h. Tipovi kupaca i način rada sa njima
- i. Pravilno i efikasno izlaganje robe
- j. Usluživanje kupaca na kasi
- k. Kako sačuvati kupca

### **16. UNAPRIJEĐENJE USLUGE U UGOSTITELJSTVU**

- a. Značaj klijenta, njegove potrebe i navike
- b. Uspješan ugostitelj
- c. Stvaranje atmosfere za dobru uslugu, kultura posla
- d. Pravilna komunikacija telefonom i na recepciji
- e. Komunikacija sa gostima
- f. Dodatna (vezana) prodaja
- g. Rješavanje reklamacija
- h. Neverbalna komunikacija
- i. Diskrecija u usluzi
- j. 7 načina kako da sačuvate gosta

### **17. TEHNIKE PRODAJE**

- a. Značaj kupca, njegove potrebe i navike
- b. Tipovi kupaca i način komunikacije sa njima

- c. Koraci u prodaji (istraživanje tržišta, prvi kontakt i zakazivanje sastanaka, kategorizacija kupaca, 1. i 2. sastanak, prezentovanje ponude, rješavanje primjedbi, tehnike zaključenja prodaje, dodatna prodaja)
- d. Rad sa „nezgodnim“ kupcima
- e. Kako izgraditi lojalnost kupca i dugoročnu saradnju

#### **18. BRIGA O KLIJENTIMA U USLUŽNIM BIZNISIMA**

- a. Ko su naši klijenti, zašto su bitni, kako ih steći i sačuvati
- b. Profesionalnost u usluzi
- c. Komunikacija telefonom i e-mailom
- d. Kako napraviti pozitivan prvi utisak
- e. Lična komunikacija sa klijentima
- f. Neverbalna komunikacija
- g. Osnove prodajnih tehnika
- h. Rješavanje prigovora (reklamacija) i rad sa „teškim“ klijentima
- i. Kako klijentu reći „ne“
- j. Različiti tipovi klijenata i rad sa njima
- k. Kako sačuvati klijenta

#### **19. VRHUNSKI LIDER**

- a. Kako biti uspješan vođa tima
- b. Stilovi liderstva
- c. Kako motivisati zaposlene
- d. Rješavanje konflikata u timu
- e. Kako novog zaposlenika uspješno uvesti u posao i u tim
- f. Liderske vještine
- g. Profesionalnost i odgovornost
- h. Poslovna komunikacija
- i. Način procjene uspješnosti zaposlenih
- j. Kako imati lojalne zaposlenike

### **III KOMUNIKACIJA I MOTIVACIJA**

#### **20. MOĆ KAO RESURS U MENADŽMENTU**

- ✓ *Lider je najbolji kad ljudi jedva znaju da on postoji, kad ga ljudi poštuju i priznaju i nije toliko dobro, a najgore je kada ga preziru. Stoga je jedini pravi rezultat za dobrog lidera, koji malo govori, kada je njegov posao završen i ispunjen njegov cilj, da sljedbenici mogu reći: 'Sami smo to uradili'. "Lao-tsu*
  - *Top management*

#### **21. KREATIVNO RAZMIŠLJANJE**

- a. 'Designthinking' ima mnogo definicija i svaka od njih jednako je točna. Možda je najjednostavnija ona da je riječ o metodi koja, uzevši vrlo simplificirano, pomaže menadžerima da razmišljaju poput dizajnera: identificiraj se s uposlenikom, a potom i sa klijentom, kako bi doista razvio vlastitu empatiju i razumio njegove potrebe;
- b. Ovaj pristup uključuje upravljanje ljudskim resursima i upravljanja procesima povećanja angažiranosti i posvećenosti. Upravljanje humanim kapitalom u jednoj organizaciji insistira i na jasno definiranoj strategiji internih komunikacije, kao i uspostavljanju sistema za praćenje rezultata angažmana uposlenika.

#### **22. „STORITELING“ ZA MODERNE LIDERE**

Menadžeri u kompanijama širom svijeta sve češće, primjenjuju vještine „storitelinga“. Pripovijedanje priča postalo je neophodno u suvremenom poslovnom okruženju, a tehnike

kreiranja uspješnog narativapreduzeća ili institucije često predstavljaju način za izdvajanje od konkurencije i neophodan preduslov za uspostavljanje snažnog brenda, identiteta i imidža kompanije.

- *Top management*
- *Middle management*

### **23. "STORITELING,, VJEŠTINA USPJEŠNIH**

- a. Kreativne tehnike kreiranja priče u poslovima, marketinga, odnosa sa javnostima, prodaje.
- b. Poslovno pripovijedanje je umjetnost korištenja priče za komunikaciju i povezivanje sa zaposlenicima, kupcima, dobavljačima, partnerima, i svima koji su uključeni u posao koji radimo. Poslovna priča ima određeni cilj i željeni ishod.

- *Top management*
- *Middle management*
- *Uposleni u odjelima Marketinga, PR-a, prodaje,....*

### **24. HRM U PRAKSI**

Upravljanje ljudskim resursima je kreiranje i primjena strategije koja osigurava rukovođenje ljudima kako bi se postigli optimalni učinci. To također podrazumijeva i sva pravila i postupke koji su potrebni za razvoj i implementaciju pomenute strategije.

- *Top management*
- *Middle management*

### **25. JAVNI NASTUPI**

*Obuka je uz provjerene NLP tehnike zasnovana na praktičnim vježbama i individualnom pristupu svakom polazniku uz simulaciju stvarnih situacija i nastup pred profesionalnom kamerom (TV trening).*

### **26. KOMUNIKACIJSKE VJEŠTINE – interaktivni trening**

#### **27. EFEKTIVNA I EFIKASNA KOMUNIKACIJA**

- a. Dinamički i složen proces u kojem ljudi primaju i šalju verbalne i neverbalne poruke da bi razumjeli druge i da bi drugi razumjeli njih
- b. Prosljedjivanjem informacija komuniciranje se ne završi. Naprotiv, tek tad počinje.

- *Top management*
- *Middle management*
- *Uposleni u odjelima Marketinga, PR-a, prodaje,....*

#### **28. POSLOVNO PREGOVARANJE**

- a. Pregovaranje je igra, ljepota kombiniranja kao u šahu, spoj logike i emocija.
- b. uspjeh u pregovorima ovisi povjerenju, osjećaju zadovoljstva u pregovorima, načinu na koji smo došli do sporazuma, kao i o osjećaju da nam se može vjerovati i da je druga strana kupila ono što je željela kupiti, a ne da je nagovorena na to.

- *Top management*
- *Middle management*
- *Uposleni u odjelima Marketinga, PR-a, prodaje,....*

#### **29. USPJEŠNO MODELIRANJE**

- a. Vođenje razgovora, sastanka, ... je dinamički proces koji zahtjeva i konceptualna i kreativna znanja
- b. Unaprijedite svoje vještine prezentacije i javnog nastupa te postanete izvrsni u poslovanju.

- *Top management*
- *Middle management*
- *Uposleni u odjelima Marketinga, PR-a, prodaje,....*

### **30. SINERGIJA U TIMU**

- a. Uloga lidera u timu
- b. Grupa vs Tim
- c. Formiranje timova
- d. Socijalne vještine
  - *Top management*
  - *Middle management*

### **31. TRENING TRENERA**

- a. Ovaj program će obučiti Vaše interne trenere (instruktore) za prijenos svojih specijalističkih znanja i vještina drugim kolegama.
- b. Trening za trenere omogućava kompaniji da motivira talentirane djelatnike pružajući im priliku za dodatnim usavršavanjem te osigurava efikasan i kontinuirani transfer znanja kroz kompaniju uz minimalne troškove.
  - *Top management*
  - *Middle management*
  - *Uposleni u odjelima Marketinga, PR-a, prodaje, ....*

### **32. KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA / KOMUNIKACIJSKI PLAN**

- a. *Od komunikacijske strategije via komunikacijski plan do ciljne javnosti*
- b. *Od strategije do implementacije*
- c. *Vodič za izradu komunikacijske strategije i/ili komunikacijskog plana*
  - *Top management*
  - *Middle management*
  - *Uposleni u odjelima Marketinga, PR-a, prodaje,....*

### **33. INTERNA KOMUNIKACIJA**

- a. Svaka institucija, tj organizacija, predstavlja kontekst u kojem se odvija komunikacija; na njoj počivaju međuljudski odnosi, organizacijska kultura te svakodnevno obavljanje radnih zadataka. Teško je zamisliti da zadaci se obavljaju bez stalne komunikacije. Interna komunikacija je itekako bitna i za pravilno odvijanje eksterna komunikacije.
- b. Nova filozofija internog komuniciranja pretpostavlja integriranje internih komunikacija, menadžmenta ljudskih resursa i marketinških koncepata.

### **34. PR / ODNOSI SA JAVNOSTIMA U PRAKSI**

- *Middle management*
- *Uposleni u odjelima Marketinga, PR-a, prodaje,....*

### **35. SPONZORIRANJE / FUNDRAISING**

Sponzorstva nisu romantična iako ih zbog njihovog emocionalnog naboja i zabave koju uporedo sa sponzorstvom doživljavamo i smatramo romantičnim... **Sponzorstvo je posao**

- *Middle management*
- *Uposleni u odjelima Marketinga, PR-a, prodaje,....*

## **IV OSTALO**

### **36. EU FONDOVI (PISANJE PROJEKATA)**