



Zarządzanie wartością firmy – Value Based Management

Doradztwo strategiczne
i seminaria
dla Top Managementu

Program budowy wzrostu wartości firmy

Wykaz tematów:

Zarządzanie strategiczne

- Metodyka budowy strategii firmy
- Zarządzanie wartością firmy - VBM
- Wdrożenie strategii i KPI
Balanced Scorecard
- Kaskadowanie celów i KPI
Action Plan
- Komunikacja strategii
i przywództwo
- Strategiczne zarządzanie rynkami
- Strategiczne zarządzanie zakupami
- Strategiczne zarządzanie HR
- Fuże i przejęcia

Zarządzanie finansami

- Finanse dla zarządzających
niefinansistów cz. 1 i cz. 2
- Corporate Finance
- Analiza i diagnoza finansowa
- Controlling
Systemy informacji zarządczej
- Zarządzanie cash flow
i kapitałem obrotowym
- Finansowa ocena projektów
biznesowych
- Finansowanie rozwoju firmy
- Prezentacja informacji
finansowych
- Wycena przedsiębiorstwa

Zarządzanie efektywnością

- Transformujące przywództwo VUCA
- Zarządzanie przez cele (MBO)
- Zarządzanie cenami - Pricing
- Negocjacje w biznesie
- Odpowiedzialność prawna
zarządów
- Inteligentna restrukturyzacja
- Lean Management
- Zarządzanie projektem
- Scenariusze sukcesji

Sprawdź terminy na

www.figpolska.pl

tel: + 48 22 823 42 83

Odwiedź nas na LinkedIn i Facebook:
Francuski Instytut Gospodarki Polska



Koncepcja i narzędzia

Kluczowe korzyści

- ▶ Poznanie korzyści płynących z systemu zarządzania wartością przedsiębiorstwa.
- ▶ Opanowanie metodyki budowy modelu tworzenia wartości firmy.
- ▶ Nabycie umiejętności w zakresie identyfikacji i zarządzania czynnikami kreacji wartości.
- ▶ Poznanie głównych miar wartości firmy, ich interpretacji oraz ich zastosowania w procesie zarządzania (EVA, MVA, SV i SVA).
- ▶ Poznanie zastosowania modelu EVA w zarządzaniu strategicznym i operacyjnym.

Dlaczego warto wybrać nasze seminarium

- ▶ Rzadko dostępne seminarium poświęcone koncepcji zarządzania wartością firmy (VBM) oraz wskaźnikowi EVA mierzącemu postęp w procesie tworzenia/niszczenia wartości firmy.
- ▶ Inspirujące podejście do zarządzania strategicznego pod kątem trwałej kreacji wartości przedsiębiorstwa (drivery wartości).
- ▶ Niezbędne kompendium dla właścicieli i zarządów, których dokonania mierzone są wartością przedsiębiorstw.
- ▶ Zajęcia prowadzone przez wysokiej klasy trenera - praktyka biznesu, posiadającego bogate doświadczenia w zakresie budowy strategii z wykorzystaniem modelu VBM.

Kto powinien wziąć udział w programie?

Właściciele firm, inwestorzy, zarządzający funduszami inwestycyjnymi, prezesi, wiceprezesi, członkowie zarządów i rad nadzorczych, dyrektorzy zarządzający, dyrektorzy działów: finansów i controllingu, inwestycji, strategii, rozwoju, relacji inwestorskich, komunikacji, dyrektorzy operacyjni, dyrektorzy zakładów i fabryk, menedżerowie odpowiedzialni za budowę i nadzór nad realizacją strategii firmy, zarządzający ryzykiem (**uwaga: wymagana znajomość podstaw finansów**).

Ponad
20.000

Uczestników szkoleń
i warsztatów

2.000

Klientów, w tym 300 z listy
Top 500 "Rzeczpospolitej"

150

Projektów doradczych

96%

Uczestników poleca
nasze usługi

80%

Uczestników seminariów
to prezesi, właściciele firm
i dyrektorzy

Ponad
20 lat
doświadczeń

Program*:

Zarządzanie wartością firmy - VBM

*Seminarium **obowiązkowe** dla osób realizujących Executive Program

Pierwszy dzień (9.00 - 17.00)

► Korzyści z zarządzania wartością przedsiębiorstwa

1. Wprowadzenie: cele seminarium, poznanie się Uczestników i test wprowadzający.
2. Jak zwiększyć atrakcyjność firmy w oczach właścicieli i zapewnić rozwój firmy? Koncepcja i składowe systemu zarządzania wartością przedsiębiorstwa.
3. Wartość księgową a wartość ekonomiczną przedsiębiorstwa. Jak identyfikować kluczowe aktywa mające decydujący wpływ na wycenę przedsiębiorstwa? - [Ćwiczenie](#)
4. Jak budować zaufanie z inwestorami gwarantując stabilność akcjonariatu? Oczekiwania inwestorów i ich ocena atrakcyjności biznesu.
 - 4.1. Jak definiują zyski i kapitał zainwestowany zarząd i inwestorzy? - [Dyskusja moderowana](#)
5. Dlaczego tradycyjne metody i wskaźniki oceny wyników przedsiębiorstwa nie dają wiarygodnego obrazu sytuacji ekonomicznej firmy?
 - 5.1. Przegląd słabości głównych księgowych mierników oceny wyników. - [Ćwiczenie](#)
6. Czy EVA (Economic Value Added) może być alternatywnym narzędziem oceny wyników finansowych?
 - 6.1. Założenia koncepcji EVA.
 - 6.2. Czym różni się EVA od zysku księgowego? Model kalkulacji EVA.
 - 6.3. Dlaczego należy korygować dane księgowe celem obliczenia zysku ekonomicznego? - [Case study](#)
7. Jakie czynniki decydują o przewadze konkurencyjnej przedsiębiorstwa? Strategia firmy a czynniki kreacji wartości.
 - 7.1. Identyfikacja finansowych i niefinansowych driverów wartości w oparciu o model EVA. - [Ćwiczenie](#)
8. Podsumowanie dnia.

Plan dnia:

- 8.30 - Rejestracja Uczestników (tylko pierwszego dnia)
 9.00 - Rozpoczęcie zajęć
 10.30 - 10.50 - Przerwa na kawę
 13.00 - 14.00 - Wspólny lunch
 15.30 - 15.50 - Przerwa na kawę
 17.00 - Zakończenie zajęć

Drugi dzień (9.00 - 17.00)

► Pomiar wartości dodanej przedsiębiorstwa

1. Powtórzenie i utwalenie zagadnień omawianych pierwszego dnia seminarium.
2. Strategia firmy a czynniki kreacji wartości.
 - 2.1. Jak powiązać drivery wartości z celami strategicznymi?
 - 2.2. Mapa wartości jako narzędzie poszukiwania kluczowych wskaźników wartości.
 - 2.3. Identyfikacja wskaźników - KPI - opisujących czynniki wzrostu wartości firmy.
 - 2.4. Strategiczne scenariusze zarządzania wartością w finansowym modelu symulacyjnym. - [Ćwiczenie](#)
3. Czy strategia buduje czy niszczy wartość firmy? Budowa modelu tworzenia wartości firmy.
 - 3.1. Analiza historyczna wartości firmy.
 - 3.2. Analiza benchmarkingowa.
 - 3.3. Diagnoza procesu zarządzania wartością. - [Przykład spółki giełdowej](#)
4. Jak mierzyć zmiany wartości przedsiębiorstwa w optyce krótko- i długoterminowej? Główne metody pomiaru wartości przedsiębiorstwa i ich zastosowania. - [Przykłady](#)
5. Wycena firmy metodą zdyskontowanych przepływów pieniężnych (DCF) na przykładzie spółki giełdowej.
 - 5.1. Prognozowanie przychodów, kosztów i nakładów inwestycyjnych.
 - 5.2. Jak obliczyć koszt kapitału własnego? Modele CAPM i zdyskontowanych dywidend.
 - 5.3. Co to jest średnio ważony koszt kapitału (WACC) i jak go zmniejszyć?
 - 5.4. Co to jest wartość rezydualna spółki (RV) i jak ją wycenić w prognozie?
 - 5.5. Analiza i interpretacja wskaźników wartości przedsiębiorstwa: SV (Shareholder Value) i SVA (Shareholder Value Added). - [Ćwiczenia](#)
6. Zastosowanie modelu MVA do wyceny przedsiębiorstwa.
 - 6.1. Co to jest Market Value Added (MVA) przedsiębiorstwa?
 - 6.2. Interpretacja wyników wyceny i porównanie metod: MVA i DCF. - [Ćwiczenie](#)
7. EVA – nie tylko teoretyczna, ale i praktyczna. „12” zastosowań modelu EVA w różnych sytuacjach decyzyjnych:
 - 7.1. Kaskadowanie odpowiedzialności na ośrodki decyzyjne. - [Przykład](#)
 - 7.2. Ocena projektów inwestycyjnych. - [Ćwiczenie](#)
 - 7.3. EVA jako narzędzie motywacji menedżerów. - [Przykłady](#)
8. Jak wdrożyć strategię wzrostu wartości firmy w oparciu o system Balanced Scorecard?
9. Podsumowanie zajęć.

„Biznes każdej firmy zaczyna się i kończy na dogłębnej analizie liczb.”

Bill Gates

Francuski Instytut Gospodarki Polska Sp. z o.o.
 ul. Filtrowa 75/5, 02-032 Warszawa
 ☎ tel. +48 22 823 42 83, ✉ e-mail: biuro@figpolska.pl

Seminaria i szkolenia realizujemy zgodnie z wdrożonym systemem zarządzania jakością ISO 9001-2015.



Wszystkie seminaria są organizowane w Warszawie w 4-gwiazdkowych hotelach.

Formularze rejestracji i informacje o terminach, prowadzących oraz miejscu szkolenia dostępne są na stronie:

www.figpolska.pl