FRANCUSKI INSTYTUT GOSPODARKI POLSKA

Zarządzanie wartością firmy – Value Based Management

Koncepcja i narzędzia

Doradztwo strategiczne i szkolenia warsztatowe dla Top Managementu

Programy budowy wzrostu wartości firmy

Wykaz tematów w formule otwartej:

Zarządzanie strategiczne
- Metodyka budowy strategii firmy
- **Zarządzanie wartością firmy - VBM**
- Wdrożenie strategii i KPI - BSC
- Kaskadowanie celów i KPI Action Plan
- Strategiczne zarządzanie sprzedażą i marketingiem
- Strategiczne zarządzanie zakupami
- Strategiczne zarządzanie HR
- Fuzje i przejęcia przedsiębiorstw
- Zarządzanie portfelem projektów strategicznych

Zarządzanie finansami
- Finanse dla zarządzających niefinansistów cz. 1. i cz. 2.
- Rachunkowość zarządcza i controlling
- Analiza i diagnoza finansowa
- Zarządzanie cash flow i kapitałem obrotowym
- Finansowa ocena projektów biznesowych
- Wycena Przedsiębiorstw
- Corporate Finance for Executives

Zarządzanie efektywnością
- Przywództwo w otoczeniu VUCA
- Executive Power Skills
- Zarządzanie przez cele (MBO)
- Zarządzanie cenami – Pricing
- Lean Management
- Negocjacje w biznesie
- Negocjacje zakupowe
- Adaptacyjne zarządzanie projektem
- Odpowiedzialność prawna Zarządów
- Ekspresowa sztuka zarządzania – szefem być

W formule zamkniętej oferujemy ponad 100 programów szkoleniowych

Sprawdź terminy na
www.figpolska.pl
tel: + 48 22 823 42 83

Odwiedź nas na LinkedIn i Facebook: Francuski Instytut Gospodarki Polska

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 szkolenie warsztatowe

- Rzadko dostępne szkolenie 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 szkoleniu warsztatowym?

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
31.000
Uczestników szkoleń i warsztatów

2.500
Klientów, w tym 300 z listy Top 500 "Rzeczpospolitej"

200
Projektów doradczych

96%
Uczestników poleca nasze usługi

80%
Uczestników szkoleń to prezesi, właściciele firm i dyrektorzy

Ponad 25 lat doświadczeń

Program*:

Zarządzanie wartością firmy - VBM
Szkolenie **obowiązkowe dla osób realizujących Executive Program*

Pierwszy dzień - Korzyści z zarządzania wartością przedsiębiorstwa

1. Wprowadzenie: cele szkolenia, 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 księgowa a wartość ekonomiczna 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.

Zapytaj o szkolenie zamknięte!

Drugi dzień - Pomiar wartości dodanej przedsiębiorstwa

1. Powtórzenie i utrwalenie zagadnień omawianych pierwszego dnia szkolenia.
2. Strategia firmy a czynniki kreacji wartości cd.
   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, +48 668 258 817
e-mail: biuro@figpolska.pl

Szkolenia realizujemy zgodnie z wdrożonym systemem zarządzania jakością ISO 9001-2015.

ISO 9001

Wszystkie szkolenia 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

Wersja 2/2023