

PROGRAM SZKOLENIA

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ AKADEMICKA



Wrocław, 2010

Realizacja: **Informatyczne Centrum Szkoleniowe CompLearn, CompSecur sp. z o.o.** w partnerstwie z krajową siecią naukową **KBN LFPII o. Wrocław**

Instytucja wdrażająca: **Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego**

Instytucja certyfikująca: **Europejski Instytut Certyfikacji Informatycznej EITCI, Bruksela**

Patronat merytoryczny: **Bank Zachodni WBK S.A.**

Patronat medialny: **dlaStudenta.pl**



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



PROGRAM SZKOLENIA

| | |
|---|----|
| Blok 1. Przedsiębiorczość akademicka..... | 3 |
| Blok 2. Prawo gospodarcze i ochrona własności intelektualnej..... | 5 |
| Blok 3. Fundusze europejskie..... | 7 |
| Blok 4. E-Zarządzanie..... | 9 |
| Blok 5. E-Marketing..... | 12 |
| Blok 6. E-Biznes..... | 14 |

Sekretariat Internetowego Centrum Przedsiębiorczości Akademickiej

Czynny od poniedziałku do piątku, w godzinach od 13:00 do 17:00

ul. Piłsudskiego 74, pok. 309

50-020 Wrocław

Tel: 0 71 722 5968

Fax: 0 71 722 8039

Infolinia: 0 801 011 647

E-mail: info@icpa.pl

Wrocław, 2010

Realizacja: **Informatyczne Centrum Szkoleniowe CompLearn, CompSecur sp. z o.o.** w partnerstwie z krajową siecią naukową **KBN LFPPI o. Wrocław**

Instytucja wdrażająca: **Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego**

Instytucja certyfikująca: **Europejski Instytut Certyfikacji Informatycznej EITCI, Bruksela**

Patronat merytoryczny: **Bank Zachodni WBK S.A.**

Patronat medialny: **dlaStudenta.pl**



BLOK 1. PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ AKADEMICKA

1. **Wprowadzenie do przedsiębiorczości**
 - 1.1. Przybliżenie pojęcia przedsiębiorczości
 - 1.2. Pojęcie innowacji
 - 1.2.1. Relacja pomiędzy przedsiębiorczością a innowacją
 - 1.2.2. Praktyczne sposoby zarządzania innowacją
 - 1.2.2.1. Źródła innowacji według P. Druckera
 - 1.2.2.2. Źródła innowacji według P.K. Jagersema
2. **Formy przedsiębiorczości akademickiej**
 - 2.1. Pojęcie przedsiębiorczości akademickiej w rozumieniu Ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym
 - 2.2. Pojęcie spółki spin-off
 - 2.2.1. Klasyfikacja spółek spin-off
 - 2.2.2. Zadania spółki spin-off
 - 2.3. Pojęcie spółki spin-out
 - 2.4. Akademickie Inkubatory przedsiębiorczości
 - 2.4.1. Funkcje akademickich inkubatorów przedsiębiorczości
 - 2.5. Centra Transferu Technologii
 - 2.5.1. Funkcje ogólnouczelnianych Centrów Transferu Technologii
3. **Przedsiębiorczość akademicka w Polsce**
 - 3.1. Zarys sytuacji na rynku przedsiębiorczości akademickiej w Polsce
 - 3.2. Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości w Polsce
 - 3.2.1. Definicja akademickich inkubatorów przedsiębiorczości
 - 3.2.2. Etapy procesu inkubacji przedsiębiorstwa
 - 3.2.3. Możliwości rozwoju przedsiębiorstwa w inkubatorze akademickim
 - 3.2.4. Przykłady sukcesu firm rozwijających się w inkubatorach akademickich
4. **Przedsiębiorczość akademicka w Europie i USA**
 - 4.1. Regulacje prawne i działania UE w zakresie przedsiębiorczości akademickiej
 - 4.2. Inicjatywy unijne
 - 4.2.1. Gate2Growth
 - 4.2.2. PAXIS
 - 4.2.3. Inno-Net
 - 4.3. Przedsiębiorczość akademicka w Niemczech
 - 4.4. Przedsiębiorczość akademicka we Francji
 - 4.5. Przedsiębiorczość akademicka w Wielkiej Brytanii
 - 4.6. Przedsiębiorczość akademicka w USA
 - 4.6.1. Rys historyczny przedsiębiorczości akademickiej w USA
 - 4.6.2. Priorytety środowiska akademickiego w USA
 - 4.6.3. Przykłady przedsiębiorczości akademickiej w USA
 - 4.6.4. „Typowy” model amerykański
5. **Komercjalizacja badań naukowych**
 - 5.1. Pojęcie własności intelektualnej
 - 5.1.1. Pojęcie copyright
 - 5.1.2. Pojęcie sekretu handlowego
 - 5.1.3. Pojęcie znaku handlowego
 - 5.1.4. Pojęcie patentu
 - 5.2. Korzyści wynikające z komercjalizacji badań naukowych
 - 5.2.1. Potencjalne korzyści z komercjalizacji dla twórców
 - 5.2.2. Potencjalne korzyści z komercjalizacji dla uczelni wyższych
 - 5.3. Kanały komercjalizacji badań naukowych
6. **Formy finansowania przedsiębiorczości akademickiej**
 - 6.1. Pojęcie venture capital
 - 6.1.1. Możliwości rozwoju przedsiębiorstw dzięki kapitałowi wysokiego ryzyka
 - 6.1.2. Seed-capital - finansowanie wstępnej fazy projektu
 - 6.1.3. Warunki konieczne do uzyskania pozytywnej oceny finansowania projektu
 - 6.1.3.1. Zespół zarządzający
 - 6.1.3.2. Produkt

6.1.3.3. Analiza rynku - model pięciu sił Portera

6.2. Pojęcie business angels

7. Prawne zagadnienia przedsiębiorczości akademickiej

7.1. Wprowadzenie do zagadnień prawnych

7.2. Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej

7.2.1. Jednoosobowa działalność gospodarcza

7.2.2. Spółka cywilna

7.2.3. Spółka jawna

7.2.4. Spółka partnerska

7.2.5. Spółka komandytowa

7.2.6. Spółka komandytowo-akcyjna

7.2.7. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

7.2.8. Spółka akcyjna

7.3. Procedura zakładania działalności gospodarczej

8. Biznes Plan

8.1. Wprowadzenie do Biznes Planu

8.2. Proces przygotowywania Biznes Planu

8.3. Zawartość merytoryczna Biznes Planu

8.3.1. Streszczenie

8.3.2. Opis branży, firmy oraz produktu lub/i usługi

8.3.3. Analiza rynku

8.3.3.1. Analiza PEST

8.3.3.2. Analiza SWOT

8.3.4. Prognozy dotyczące rozwoju rynku udziału rynkowego oraz poziomu sprzedaży

8.3.5. Plan marketingowy

8.3.6. Plan finansowy

8.3.7. Oferta inwestycyjna

9. Strategia Błękitnego Oceanu I

9.1. Wprowadzenie do Strategii Błękitnego Oceanu

9.2. Praktyczne przykłady zastosowania Strategii Błękitnego Oceanu

9.3. Wyjaśnienie znaczenia innowacji wartości

10. Strategia Błękitnego Oceanu II

10.1. Wyjaśnienie pojęcia strategii canvas

10.1.1. Przykładowy portret strategiczny australijskiego producenta win Casella Wines

10.2. Przybliżenie modelu czterech akcji

10.3. Proces formułowania Strategii Błękitnego Oceanu

10.3.1. Faza rekonstrukcji granic rynkowych

10.3.2. Całościowy obraz rynku

10.3.3. Tworzenie nowego popytu

BLOK 2. PRAWO GOSPODARCZE I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ

- 1. Podstawy prawne przedsiębiorczości akademickiej w prawie polskim**
 - 1.1. Akty prawne regulujące przedsiębiorczość akademicką w Polsce
 - 1.2. Rola uczelni wyższych w kształtowaniu przestrzeni społeczno-gospodarczej w myśl Ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym
 - 1.2.1. Akademickie inkubatory przedsiębiorczości
 - 1.2.2. Centra Transferu Technologii
 - 1.3. Finansowanie rozwoju przedsiębiorczości akademickiej z funduszy strukturalnych UE
 - 1.3.1. Charakterystyka priorytetów i działań w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, mających na celu wsparcie rozwoju przedsiębiorczości akademickiej
 - 1.3.2. Charakterystyka priorytetów i działań w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, mających na celu wsparcie rozwoju przedsiębiorczości akademickiej
 - 1.3.3. Podstawy prawne dla wdrażania Funduszy Strukturalnych UE w Polsce
- 2. Prawo własności intelektualnej**
 - 2.1. Pojęcie własności intelektualnej (rozumienie własności intelektualnej w Polsce i na świecie)
 - 2.2. Przedmiotowy zakres własności intelektualnej
 - 2.2.1. Pojęcie dóbr niematerialnych
 - 2.2.2. Własność intelektualna, a własność przemysłowa
 - 2.2.3. Zasada terytorialności
 - 2.3. Katalog normatywnych źródeł praw własności intelektualnej w prawie polskim i międzynarodowym.
- 3. Prawo autorskie i prawa pokrewne I**
 - 3.1. Początki prawodawstwa prawn-autorskiego w Polsce i na świecie
 - 3.2. Przedmiot prawa autorskiego w rozumieniu polskiej Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych
 - 3.2.1. Pojęcie utworu oraz artystycznych wykonań objętych ochroną
 - 3.3. Podmiot prawa autorskiego w rozumieniu polskiej Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych
 - 3.3.1. Pojęcie twórcy
- 4. Prawo autorskie i prawa pokrewne II**
 - 4.1. Podmiot prawa autorskiego w rozumieniu polskiej Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych
 - 4.2. Pojęcie współautorstwa
 - 4.3. Pojęcie twórczości naukowej, zbiorowej i pracowniczej
 - 4.4. Autorskie prawa osobiste
 - 4.4.1. Ochrona autorskich praw osobistych
- 5. Prawo autorskie i prawa pokrewne III**
 - 5.1. Autorskie prawa majątkowe
 - 5.1.1. Ochrona autorskich praw majątkowych
 - 5.1.2. Szczególne przepisy dotyczące programów komputerowych
 - 5.1.3. Szczególne przepisy dotyczące utworów audiowizualnych
 - 5.1.4. Umowa licencyjna
 - 5.2. Ochrona autorskich praw majątkowych
 - 5.3. Ochrona praw pokrewnych
 - 5.4. Odpowiedzialność karna
- 6. Prawo patentowe I**
 - 6.1. Geneza i rozwój prawa patentowego
 - 6.2. Międzynarodowa ochrona patentowa, Europejski System Patentowy
 - 6.3. Zakres przedmiotowy polskiej Ustawy prawo własności przemysłowej
 - 6.4. Pojęcie wynalazku
 - 6.4.1. Katalog wyłączeń
 - 6.4.2. Wynalazki niepodlegające opatentowaniu w myśl Ustawy
 - 6.5. Przesłanki zdolności patentowej
 - 6.5.1. Pojęcie nowości
 - 6.5.2. Poziom wynalazczy
 - 6.5.3. Przemysłowa stosowalność
- 7. Prawo patentowe II**
 - 7.1. Prawa osobiste twórcy do wynalazku
 - 7.1.1. Pojęcie twórcy
 - 7.1.2. Pojęcie współtwórcy
 - 7.2. Prawa majątkowe

- 7.2.1. Prawo twórcy do wynagrodzenia
- 7.2.2. Prawo twórcy lub innego podmiotu do patentu
- 7.3. Pojęcie patentu
 - 7.3.1. Charakterystyka patentu – treść patentu, terytorium i czas ochrony
 - 7.3.2. Wspólność prawa
 - 7.3.3. Zastrzeżenie patentowe
 - 7.3.4. Ograniczenia patentu
- 7.4. Powstanie i ustanie praw wyłącznych
- 7.5. Korzystanie z cudzych wynalazków i przeniesienie prawa – umowy licencyjne
- 8. Podstawy prawne działalności gospodarczej i działalności spółek handlowych w prawie polskim I**
 - 8.1. Akty prawne regulujące aktywność gospodarczą w Polsce
 - 8.2. Swoboda działalności gospodarczej w prawie polskim
 - 8.3. Pojęcie działalności gospodarczej
 - 8.4. Pojęcie przedsiębiorcy
 - 8.4.1. Pojęcie mikroprzedsiębiorcy
 - 8.4.2. Pojęcie małego przedsiębiorcy
 - 8.4.3. Pojęcie średniego przedsiębiorcy
 - 8.5. Pojęcie przedsiębiorstwa
 - 8.6. Pojęcie firmy
- 9. Podstawy prawne działalności gospodarczej i działalności spółek handlowych w prawie polskim II**
 - 9.1. Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej w Polsce.
 - 9.1.1. Indywidualna działalność gospodarcza
 - 9.2. Spółki osobowe
 - 9.2.1. Spółka cywilna
 - 9.2.2. Spółka jawna
 - 9.2.3. Spółka partnerska
 - 9.2.4. Spółka komandytowa
 - 9.2.5. Spółka komandytowo-akcyjna
 - 9.3. Spółki kapitałowe
 - 9.3.1. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
 - 9.3.2. Spółka akcyjna
- 10. Podstawy prawne działalności gospodarczej i działalności spółek w prawie wspólnotowym**
 - 10.1. Ustawodawstwo wspólnotowe regulujące aktywność gospodarczą
 - 10.2. Wolność gospodarcza w prawie wspólnotowym
 - 10.2.1. Swoboda przepływu towarów
 - 10.2.2. Swoboda przepływu osób
 - 10.2.3. Swoboda przepływu kapitału
 - 10.2.4. Swoboda przepływu usług
 - 10.2.5. Swoboda przedsiębiorczości
 - 10.3. Wspólnotowe prawo spółek
 - 10.3.1. Spółki jednoosobowe
 - 10.3.2. Europejska Spółka Akcyjna
 - 10.3.3. Europejskie Zgrupowanie Interesów Gospodarczych

BLOK 3. FUNDUSZE EUROPEJSKIE

1. Wprowadzenie do struktury funduszy europejskich

- 1.1. Okres programowania 2007-2013
 - 1.1.1. Pochodzenie oraz przeznaczenie środków finansowych UE
 - 1.1.2. Polityka spójności, polityka regionalna, polityka strukturalna
 - 1.1.3. Charakterystyka Funduszy Strukturalnych
- 1.2. Narodowa strategia spójności i narodowe strategiczne ramy odniesienia
- 1.3. Programy wdrażające środki UE
 - 1.3.1. Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko
 - 1.3.2. Program Operacyjny Kapitał Ludzki
 - 1.3.3. Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka
 - 1.3.4. Program Operacyjny Rozwój Polski Wschodniej
 - 1.3.5. Program Operacyjny Pomoc Techniczna
 - 1.3.6. Regionalne Programy Operacyjne
 - 1.3.7. Europejska Współpraca Terytorialna
 - 1.3.8. Europejski Instrument Sąsiedztwa i Partnerstwa
 - 1.3.9. Zrównoważony Rozwój Sektora Rybołówstwa i Nadbrzeżnych Obszarów Rybackich
- 1.4. Fundusze europejskie pozaunijne

2. Organizacja funduszy europejskiej

- 2.1. System organizacyjny wdrażania funduszy europejskich
 - 2.1.1. Koordynacja
 - 2.1.2. Zarządzanie
 - 2.1.3. Wdrażanie
- 2.2. System wdrażania poszczególnych programów
 - 2.2.1. Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko
 - 2.2.2. Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka
 - 2.2.3. Program Operacyjny Kapitał Ludzki
 - 2.2.4. Rozwój Polski Wschodniej
 - 2.2.5. Pomoc Techniczna
 - 2.2.6. Program Operacyjny Europejska Współpraca Terytorialna
 - 2.2.7. RPO 2007-2013

3. Szkolenia, konferencje, warsztaty

4. Krajowy system informatyczny

- 4.1. Architektura i zastosowanie KSI
- 4.2. Wyszukiwanie realizowanych projektów i beneficjentów
 - 4.2.1. Mapa dotacji Unii Europejskiej
 - 4.2.2. Funkcje serwisu

5. Program Operacyjny Kapitał Ludzki

- 5.1. Cele
- 5.2. Priorytety
- 5.3. Dokumenty programowe
- 5.4. Statystyki dostępności i wydatkowania środków w kontekście woj. dolnośląskiego

6. Program operacyjny Innowacyjna Gospodarka (2007-2013)

- 6.1. Cele
 - 6.1.1. Cel główny
 - 6.1.2. Cel szczegółowy
- 6.2. Priorytety
- 6.3. Dokumenty programowe
- 6.4. Statystyki dostępności i wydatkowania środków w kontekście woj. dolnośląskiego

7. Pozyskiwanie dotacji ze środków unijnych na nowopowstałą działalność gospodarczą

- 7.1. Fundusze na nowopowstałą działalność gospodarczą ze środków unijnych w ramach Działania 6.2 POKL
- 7.2. Fundusze na nowopowstałą działalność gospodarczą ze środków unijnych w ramach urzędu pracy
- 7.3. Fundusze na innowacyjne przedsięwzięcia w ramach Działania 8.1 POIG
- 7.4. Narzędzia wspierające wyszukiwanie odpowiednich działań dla uzyskania dofinansowania

8. Wnioskowanie o dofinansowanie

- 8.1. Procedura przyjmowania wniosku, IOK, projekty konkursowe, systemowe, indywidualne

- 8.2. Dokumenty specyfikujące wytyczne w ramach działania konkretnego programu
- 8.3. Składania wniosku o dofinansowanie
- 8.4. Załączniki do wniosku
- 8.5. Wydatki kwalifikowalne w projekcie, w tym kwalifikowalność podatku VAT i cross-financing
- 8.6. Ocena formalna i merytoryczna
- 8.7. Podpisanie umowy o dofinansowanie
- 8.8. Rodzaje zabezpieczenia realizacji projektu
- 8.9. Główne przyczyny odrzucania wniosków
- 9. Wytyczne informacji i promocji**
 - 9.1. Wytyczne dotyczące przedsięwzięć związanych z realizacją projektu, oznaczeń produktów zakupionych w ramach środków unijnych oraz dokumentów
 - 9.2. Specyfikacje dotyczące systemu identyfikacji wizualnej
- 10. Aspekty praktyczne wnioskowania o fundusze europejskie**
 - 10.1. Wniosek o dofinansowanie
 - 10.1.1. Charakterystyka dokumentu
 - 10.1.2. Wyznaczanie celów
 - 10.1.3. Wskaźniki twarde i miękkie
 - 10.1.4. Tworzenie harmonogramu
 - 10.1.5. Tworzenie budżetu
 - 10.1.6. Generator wniosków
 - 10.2. Wniosek o płatność
 - 10.2.1. Charakterystyka dokumentu
 - 10.2.1.1. Wypłata dotacji
 - 10.2.1.2. Zasady poprawnego przygotowania wniosku o płatność
 - 10.2.2. Budżet i zestawienie wydatków
 - 10.2.3. Opis dokumentów
 - 10.2.4. Wskaźniki realizacji celów
 - 10.2.5. Generator wniosków płatniczych

BLOK 4. E-ZARZĄDZANIE

1. Wprowadzenie do zarządzania

- 1.1. Na czym polega zarządzanie
- 1.2. Podstawowe funkcje kierownicze
- 1.3. Główne trendy w zarządzaniu kadrami
- 1.4. Organizacja
- 1.5. Praca zespołowa
- 1.6. Tworzenie zespołów i ich rodzaje
- 1.7. Normy i cele grupowe
- 1.8. Role członków grupy i ich umiejętności
- 1.9. Asertywność
- 1.10. Konflikt
- 1.11. Komunikacja i jej rola
- 1.12. Skuteczna komunikacja
- 1.13. Rodzaje komunikacji w organizacji
- 1.14. Aktywne słuchanie oraz przekazywanie informacji

2. Zarządzanie projektami i zasobami ludzkimi

- 2.1. Podstawowy proces motywacji
- 2.2. Human Relations oraz model zasobów ludzkich
- 2.3. Teorie potrzeb
- 2.4. Przywództwo
 - 2.4.1. Sytuacyjne podejście do przywództwa
 - 2.4.2. Przywództwo transformacyjne
- 2.5. Zarządzanie zasobami ludzkimi
- 2.6. Rekrutacja
 - 2.6.1. Rekrutacja wewnętrzna i zewnętrzna
 - 2.6.2. Teorie cech
 - 2.6.3. Rozmowa kwalifikacyjna
- 2.7. Szkolenia
 - 2.7.1. Efektywność szkoleń

3. Wstęp do zarządzania projektami

- 3.1. Etapy realizacji projektu
- 3.2. Zarządzanie projektami w praktyce
- 3.3. Harmonogramy projektów

4. Informatyzacja

- 4.1. Celowość informatyzacji w instytucjach
 - 4.1.1. Cele działalności instytucji
 - 4.1.2. Obszary działalności biznesowej
 - 4.1.3. Korzyści z informatyzacji
- 4.2. Audyt potrzeb przedsiębiorstwa
- 4.3. Problem bezpieczeństwa informacji
- 4.4. Infrastruktura informacyjna i komunikacyjna
- 4.5. Oprogramowanie wspomagające właściwą działalność
- 4.6. Oprogramowanie wspomagające zarządzanie przedsiębiorstwem
- 4.7. Kompleksowe systemy ERP
- 4.8. Inne rozwiązania oparte na technologiach informatycznych
- 4.9. Systemy CRM - wprowadzenie
- 4.10. Funkcjonalności systemów CRM

5. Microsoft Project 2010

- 5.1. Instalacja aplikacji
- 5.2. Pierwsze kroki w Microsoft Project
- 5.3. Wstążka
- 5.4. Obszar roboczy zadań
- 5.5. Obszar roboczy wykresów
- 6. Zarządzania telepracą i zdalną współpracą grupową**
 - 6.1. Elastyczne formy zatrudnienia w obecnej sytuacji na rynku pracy
 - 6.2. Przegląd definicji telepracy
 - 6.3. Telepraca i jej formy organizacyjne
 - 6.3.1. Rodzaje telepracy
 - 6.3.2. Telepraca a osoba niepełnosprawna
 - 6.4. Zmiany społeczeństwa wpływające na technologiczne uwarunkowania telepracy
 - 6.4.1. Społeczeństwo informacyjne „Johoka Shakai”
 - 6.4.2. Proces przemian w firmach
 - 6.4.3. Zarys wykorzystania ICT w nowoczesnych przedsiębiorstwach jako instrumentów wspomagających telepracę
 - 6.4.4. Sprzęt potrzebny do wykonywania telepracy w oparciu o ustawę o telepracy oraz zwroty kosztów
 - 6.5. Podstawa prawna
 - 6.5.1. Prawa i obowiązki telepracownika
 - 6.5.2. Prawa i obowiązki pracodawcy
 - 6.6. Rodzaje umów
 - 6.6.1. Umowy cywilno-prawne
 - 6.6.2. Umowy o pracę
 - 6.7. Wzór umowy o telepracę
 - 6.8. Technologie informatyczne dla telepracy w aspekcie oprogramowania (software)
 - 6.8.1. Wewnętrzne systemy komunikacyjne
 - 6.8.2. Wewnętrzne systemy publikacyjno-informacyjne
 - 6.8.3. Wewnętrzne systemy współpracy grupowej
 - 6.8.4. Google Apps jako narzędzie służące do komunikacji i współpracy zespołowej
 - 6.8.5. Microsoft Office Sharepoint jako przykład systemu wspierającego proces komunikacji i zarządzania pracownikami
 - 6.9. Technologie informatyczne dla telepracy w aspekcie sprzętowym (hardware)
 - 6.9.1. Przenośne komputery
 - 6.9.2. Urządzenia mobilne
 - 6.9.3. Bezprzewodowy dostęp do Internetu
 - 6.9.4. Alternatywne systemy telekomunikacyjne VoIP
 - 6.9.5. Systemy lokalizacyjne GPS
- 7. System vTiger CRM**
 - 7.1. Pobranie aplikacji vTiger
 - 7.2. Instalacja systemu vTiger CRM
 - 7.3. Instalacja polskiego pakietu językowego
 - 7.4. Elementy konfiguracji i administracji
 - 7.5. Elementy procesu obsługi klientów
 - 7.6. Produkty i sprzedaż
 - 7.7. Wykresy i raporty
 - 7.8. Kalendarz i organizowanie czynności
- 8. Zarządzanie pracą w aplikacjach Google dla domeny (Google Apps)**
 - 8.1. Poczta elektroniczna Gmail
 - 8.1.1. Tworzenie konta
 - 8.1.2. Etykiety
 - 8.1.3. Filtry
 - 8.1.4. Wyszukiwanie
 - 8.2. Komunikator Google Talk

- 8.2.1. Listy kontaktów, zaproszenia
- 8.2.2. Tryb off-record, archiwum
- 8.2.3. Konferencje głosowe i wideo
- 8.3. Edytor tekstowy Google Docs
 - 8.3.1. Zarządzanie i organizacja dokumentami tekstowymi
 - 8.3.2. Tworzenia, udostępnianie i wspólna edycja dokumentów w czasie rzeczywistym (RTC)
 - 8.3.3. Import plików rastrowych i zintegrowany odczyt OCR (optyczne rozpoznawanie znaków)
 - 8.3.4. Funkcjonalności edycyjne dokumentów tekstowych, zarządzanie historią zmian
- 8.4. Arkusz kalkulacyjny Google Docs
 - 8.4.1. Zarządzanie i organizacja arkuszami kalkulacyjnymi
 - 8.4.2. Tworzenia, udostępnianie i wspólna edycja arkuszy kalkulacyjnych w czasie rzeczywistym (RTC)
 - 8.4.3. Funkcjonalności edycyjne arkuszy kalkulacyjnych, zarządzanie historią zmian
- 8.5. Prezentacje Google Docs
 - 8.5.1. Tworzenie prezentacji, współpraca edycyjna nad prezentacjami
 - 8.5.2. Wstawianie obrazów i filmów wideo
 - 8.5.3. Udostępnianie i publikowanie
- 8.6. Kalendarz Google
 - 8.6.1. Tworzenie wydarzeń
 - 8.6.2. Zaproszenia i powiadomień
 - 8.6.3. Zarządzanie wieloma kalendarzami
 - 8.6.4. Udostępnianie kalendarza
 - 8.6.5. Ustawienia kalendarza

BLOK 5. E-MARKETING

1. Marketing internetowy

- 1.1. Definicja marketingu internetowego
- 1.2. Podstawowe formaty e-reklamy
- 1.3. Zalety i wady reklamy internetowej

2. Statystyki i trendy w reklamie Internetowej

- 2.1. Wchłanianie mediów tradycyjnych (TV, radio, prasa) przez Internet
- 2.2. Analiza rynku reklamy internetowej
 - 2.2.1. Specyfika reklamy internetowej
 - 2.2.2. Rynek reklamy internetowej w wymiarze ogólnosiwiatowym
 - 2.2.3. Rynek reklamy internetowej w Polsce
 - 2.2.4. Rynek reklamy w telefonii komórkowej
 - 2.2.5. Gracze rynkowi
 - 2.2.6. Paradygmat społecznościowy

3. Formy reklamy internetowej

- 3.1. Podstawowe formy przekazu treści reklamowych w Internecie
- 3.2. Rodzaje kampanii reklam internetowych
 - 3.2.1. Formy rozliczania i metody płatności
 - 3.2.1.1. CPT (Cost Per Time)
 - 3.2.1.2. CPM (Cost Per Mile)
 - 3.2.1.3. CPC (Cost Per Click)
 - 3.2.1.4. CPA (Cost Per Action)
 - 3.2.1.5. CPP (Cost Per Post)
 - 3.2.1.6. Wskaźniki skuteczności (CTR, Click Thru Ratio)

4. Pozycjonowanie w wyszukiwarkach jako forma reklamy internetowej

- 4.1. SEO i SEM (Search Engine Optimization i Search Engine Marketing)

5. Technologie reklamy internetowej

- 5.1. Technologie AdSerwerów i agregacja marketingu
- 5.2. Problematyka SPAMu
- 5.3. Nowe trendy
 - 5.3.1. Reklama targetowana behawioralnie
 - 5.3.2. Reklama internetowa w grach komputerowych typu MMOG
 - 5.3.3. Blogosfera i mechanizmy Trackback

6. System reklamy internetowej Google AdWords

- 6.1. Architektura i funkcjonalność wyszukiwarki Google
- 6.2. Linki sponsorowane i program reklamy internetowej Google AdWords
- 6.3. Korzyści z programu AdWords
- 6.4. Charakterystyka programu AdWords
- 6.5. Regulacje wewnętrzne systemu Google AdWords
- 6.6. Obsługa systemu Google AdWords
 - 6.6.1. Różnice między kontem dla początkujących a kontem standardowym
 - 6.6.2. Struktura konta Adwords
 - 6.6.3. Warunki rejestracji konta
 - 6.6.4. Tworzenie kampanii
 - 6.6.4.1. Lokalizacje, języki i grupy docelowe
 - 6.6.4.2. Sieci urządzenia i rozszerzenia
 - 6.6.4.3. Zarządzanie słowami kluczowymi
 - 6.6.4.4. Tworzenie reklam tekstowych
 - 6.6.5. Kierowanie reklam w programie Google AdWords
 - 6.6.5.1. Rodzaje sieci i kierowania w systemie Google AdWords
 - 6.6.5.1.1. Sieć wyszukiwania (kierowanie na słowa kluczowe)
 - 6.6.5.1.2. Partnerska sieć wyszukiwania (kierowanie na słowa kluczowe)
 - 6.6.5.1.3. Sieć miejsc docelowych (kierowanie na witryny)
 - 6.6.5.1.4. Sieć automatyczna miejsc docelowych (kierowanie kontekstowe)
 - 6.6.5.2. Warunki dopasowania kierowania do określonego użytkownika
 - 6.6.6. Formy płatności i modele rozliczeniowe

- 6.6.7. Rodzaje dopasowań słów kluczowych
- 6.6.8. Testowanie skuteczności reklam
 - 6.6.8.1. Wpływ jakości na wynik wyszukiwania Google
 - 6.6.8.2. Sposoby monitorowania skuteczności reklamy
 - 6.6.8.3. Funkcje raportowania
 - 6.6.8.4. Najważniejsze typy raportów
 - 6.6.8.5. Rola konwersji
- 6.6.9. Koszty i płatności w programie Google AdWords
 - 6.6.9.1. Formy płatności
 - 6.6.9.2. Różnice w płatnościach w sieci wyszukiwania i w sieci partnerskiej
 - 6.6.9.3. Definicja cyklu rozliczeniowego
 - 6.6.9.4. Warunki optymalizacji budżetu
 - 6.6.9.5. Definicja budżetu
 - 6.6.9.6. Rozliczanie VAT w przypadku reklamodawców z Unii Europejskiej
- 6.6.10. Wybór stron docelowych
 - 6.6.10.1. Skuteczność stron docelowych
 - 6.6.10.2. Warunki optymalizacji konta
 - 6.6.10.3. Zasady optymalizacji zaawansowanej
 - 6.6.10.4. Ustawianie preferencji pozycji
- 6.6.11. Narzędzia w programie Google AdWords
 - 6.6.11.1. Rodzaje narzędzi Google AdWords
 - 6.6.11.1.1. Narzędzie propozycji słów kluczowych
 - 6.6.11.1.2. Narzędzie Wykluczenie witryny i kategorii
 - 6.6.11.1.3. Optymalizator kampanii
 - 6.6.11.1.4. Narzędzie prognozy odwiedzin
 - 6.6.11.1.5. Wykluczające słowa kluczowe kampanii
 - 6.6.11.1.6. Narzędzie Moja historia zmian
 - 6.6.11.1.7. Narzędzie diagnostyki reklam
 - 6.6.11.1.8. Narzędzie odrzucone reklamy
 - 6.6.11.1.9. AdWords Editor
 - 6.6.11.2. Sposoby wykorzystania narzędzi Google AdWords
 - 6.6.11.3. Aplikacja AdWords Editor
- 7. System analizy statystycznej Google Analytics**
 - 7.1. Funkcjonalności Google Analytics
 - 7.2. Różnice pomiędzy Google Analytics a śledzeniem konwersji
 - 7.3. Zasady tworzenia konta Google Analytics
 - 7.4. Sposoby sprawnego posługiwania się statystykami
 - 7.5. Podstawowe wskaźniki w Google Analytics
- 8. Moje Centrum Klienta Google**
 - 8.1. Program certyfikacyjny dla profesjonalistów Google
 - 8.2. Zasady działania Mojego Centrum Klientów
 - 8.2.1. Łączenie kont
 - 8.2.2. Pulpit nawigacyjny, alerty i raporty MCK
 - 8.2.3. Dostęp do klientów
 - 8.2.4. Zarządzanie kontami klientów
 - 8.3. Sposoby argumentowania sprzedaży reklam
 - 8.4. Główne elementy interfejsu API AdWords
 - 8.4.1. Tokeny dewelopera i aplikacji
 - 8.4.2. Usługi internetowe interfejsu API

BLOK 6. E-BIZNES

1. Wprowadzenie do bankowości elektronicznej

- 1.1. Krótka historia pieniądza
 - 1.1.1. Pieniądz w formie kruszcowej
 - 1.1.2. Pieniądz w formie papierowej
 - 1.1.3. Pieniądz w formie elektronicznej
- 1.2. Rola banków we współczesnym świecie
 - 1.2.1. Trzy składowe roli banków
- 1.3. Prawne regulacje działania banków
 - 1.3.1. Czynności bankowe
 - 1.3.2. Artykuł 5 Prawa Bankowego
- 1.4. Nadzór nad rynkiem finansowym
 - 1.4.1. Komisja Nadzoru Finansowego (KNF)

2. Przegląd produktów bankowych

- 2.1. Rachunki oszczędnościowo-rozliczeniowe (ROR)
 - 2.1.1. Podstawowych funkcjonalności
 - 2.1.2. Cechy rachunków osobistych
 - 2.1.3. Linie kredytowe w ramach ROR
- 2.2. Rachunki firmowe
- 2.3. Karty debetowe
 - 2.3.1. Karty co-brandingowe
 - 2.3.2. Płatności kartą debetową
- 2.4. Karty kredytowe
 - 2.4.1. Zasada działania karty kredytowej
 - 2.4.2. Cykl rozliczeniowy
 - 2.4.3. Okres bezodsetkowy
 - 2.4.4. Kwota minimalna

3. Przegląd produktów bankowych - c.d.

- 3.1. Kredyty i pożyczki
 - 3.1.1. Oprocentowanie stałe
 - 3.1.2. Oprocentowanie zmienne
 - 3.1.3. Raty stałe i malejące
- 3.2. Fundusze inwestycyjne
 - 3.2.1. Podział na bezpieczne i agresywne
 - 3.2.2. Najpopularniejsze rodzaje funduszy
 - 3.2.2.1. Fundusze bezpieczne
 - 3.2.2.2. Fundusze papierów dłużnych
 - 3.2.2.3. Fundusze stabilnego wzrostu
 - 3.2.2.4. Fundusze zrównoważone
 - 3.2.2.5. Fundusze elastycznego inwestowania
 - 3.2.2.6. Fundusze akcji
 - 3.2.2.7. Fundusze inwestycji zagranicznych
- 3.3. Instrumenty handlu zagranicznego
 - 3.3.1. Polecenie wypłaty w obrocie z zagranicą
 - 3.3.2. Elektroniczne potwierdzenie poleceń wypłaty
 - 3.3.3. Komunikat MT101
 - 3.3.4. Czeki w obrocie z zagranicą
 - 3.3.5. Inkaso dokumentowe i finansowe
 - 3.3.6. Akredytywa dokumentowa
 - 3.3.7. Forfaiting

4. Materiały Banku Zachodniego WBK SA

- 4.1. System bankowości elektronicznej BZWBK24
- 4.2. Przewodnik po usługach BZWBK24
- 4.3. BZWBK Mobile i usługi dodatkowe
- 4.4. Pakiet Moja Firma Plus BZWBK
- 4.5. Opis BZWBK24 Moja Firma Plus

- 4.6. Minibank24 BZWBK
- 4.7. Instrukcja obsługi pakietu Minibank24
- 4.8. Typy operacji w usłudze Minibank24
- 4.9. Prezentacja BZWBK zabezpieczenia typu: hasło maskowane

