

# executive mba

2020



WYŻSZA SZKOŁA BANKOWA  
w Poznaniu

# SISU — A MENTALITY THAT NEVER GIVES UP

## **What matters the most in business?**

Besides people, great ideas and good timing, I believe that what matters in business is values. Personal values are important because they help us grow and develop. I can't imagine working for an organization that is not in line with my personal values. They help us shape the future we want to experience. Corporate values can foster teamwork, motivate employees, encourage innovation, and improve the cohesiveness of the workplace.

## **Are there any tips or golden rules that you are led by, or that someone you know is led by?**

There is something unique in Finnish culture that guides me. It's called SISU. It can be described as a certain type of persistence that can push you through a stone. A mentality that never gives up.

## **Was there a turning point in your professional career? A situation or development that changed your business approach or your attitude towards your job?**

Moving to Poland was my turning point. I had to start everything from scratch, and it changed the way I see things. It allowed me to reflect on my values and strengths in a totally new environment. I can say that this experience increased my self-knowledge and self-awareness and it had an impact on all aspects of my life. That enormous change gave me more stamina and resilience at work and made me think outside the box. Understanding the international environment and people from other backgrounds and cultures has led me to where I am today.

## **Niina Farjaszewska**

Partner / Marketing Director, TGL Poland sp. z o. o.  
słuchaczka studiów Executive MBA w WSB w Poznan



# WYŻSZA SZKOŁA BANKOWA W POZNANIU

Jesteśmy uczelnią z ponad 25-letnim doświadczeniem w kształceniu na kierunkach biznesowych. Naszą misją jest być partnerem w rozwoju kariery zawodowej wszystkich studentów i absolwentów.



Od 2014 roku mamy prestiżową akredytację IACBE, potwierdzającą jakość kształcenia na kierunkach finanse i rachunkowość oraz zarządzanie.



Jesteśmy też jedyną uczelnią niepubliczną w Polsce z akredytacją ACCA. To jedna z najbardziej prestiżowych międzynarodowych kwalifikacji zawodowych z zakresu finansów i rachunkowości, doceniana przez pracodawców na całym świecie.

Oferujemy studia I i II stopnia, studia podyplomowe, program Executive Master of Business Administration, program Master of Business Administration, kursy językowe, kursy i szkolenia specjalistyczne oraz Uniwersytet Każdego Wieku. Naszą uczelnię opuściło już ponad 53 000 absolwentów.

## Lider rankingów

### Nr 1 w Wielkopolsce według rankingu „Perspektyw” 2019

Kolejny rok z rzędu jesteśmy numerem 1 wśród uczelni niepublicznych w Wielkopolsce. W rankingu wysokie noty uzyskaliśmy m.in. za to, jak radzą sobie nasi absolwenci na rynku pracy.

### 1. miejsce w Polsce według raportu Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego 2019

Jesteśmy pierwszą uczelnią w skali kraju pod względem popularności wśród osób, które decydują się na studia I stopnia i jednolite magisterskie w formie niestacjonarnej na uczelniach niepublicznych.

# WSB UNIVERSITY IN POZNAŃ

The WSB University boasts over 25 years of experience in the delivery of tertiary business education. Our mission is to be a professional partner in career development to all of our students and alumni.

In 2014, our University was awarded the prestigious IACBE accreditation attesting to the superior quality of our degree programs in Finance and Accounting and in Management.

At the same time, we are the only ACCA-accredited private institution of higher education in Poland. Holders of the ACCA professional qualification make up the elite in the finance and accounting business and are sought by employers worldwide.

Our University provides Bachelor's and Master's degree programs, postgraduate courses, the Executive Master of Business Administration program, the Master of Business Administration program, language courses, skill development and professional training seminars. In addition, we run the University of All Ages. We have conferred more than 53,000 degrees, qualifications and certificates.

## WSB University in Poznań ranked in top positions

### No. 1 in Wielkopolska region by *Perspektywy* 2019 ranking

For a number of consecutive years, we have ranked as no. 1 among private institutions of higher learning in the region of Wielkopolska. We are top rated for e.g. alumni careers.

### 1st in Poland in 2019 government report

We are students' no. 1 choice countrywide for first-cycle and long-cycle part-time degree programs delivered by privately-run higher education institutions.

# O PROGRAMIE

Program Executive Master of Business Administration to studia prowadzone całkowicie w języku angielskim przez międzynarodową kadrę dydaktyczną. Dzięki temu nasi słuchacze rozbudowują swój warsztat menedżera pod okiem specjalistów z różnych stron świata, mogą przyglądać się globalnym trendom w biznesie i szukać inspiracji w gronie ekspertów.

## Studia w międzynarodowej odsłonie

Na nasze studia zapraszamy osoby, które chcą rozwijać się menedżersko, zyskać międzynarodowe spojrzenie na biznes i spotkać wykładowców praktyków prezentujących różne sposoby rozwiązywania problemów zarządczych. Program Executive MBA kładzie nacisk na dzielenie się know-how zdobytym w różnych branżach i na różnych stanowiskach oraz czerpanie z doświadczenia międzynarodowej kadry dydaktycznej.

# ABOUT THE PROGRAM

Executive Master of Business Administration program is taught entirely in English by an international faculty. The revised curriculum enables students to substantially enhance their managerial skills under the guidance of expert teachers and trainers from the world over, explore global business trends, and find inspirations among those with hands-on experience.

## International study experience

The program is geared to meeting the needs of those who seek to grow professionally as managers and executives. The curriculum ensures that students develop a truly global business perspective, learning from top academics and practitioners with diverse approaches to solving managerial problems. Emphasis is placed on sharing know-how across industries and management levels, and on exposure to international experience through faculty members' backgrounds.



*Moje zajęcia to zarządzanie projektami w możliwie najbardziej praktycznym wymiarze. Warsztaty uczą nie tylko, jak to robić, ale pokazują też, po co i dlaczego warto stosować wybrane metody, techniki i narzędzia podczas zarządzania projektami. Trening obejmuje tematy zarówno podstawowe, jak i zaawansowane, związane z harmonogramowaniem, zarządzaniem zasobami, komunikacją, modelowaniem i nadzorem. Dzięki temu uczestnicy zyskują kompetencje pozwalające im efektywniej zarządzać projektami, realizować je terminowo, a także podnosić ich jakość.*

### **Tomasz Wrzesiewski**

wykładowca studiów Executive MBA w WSB w Poznaniu



# THREE PILLARS OF THE PROGRAM

## International Flavor

- 100% of program content **delivered in English**
- **International faculty** from Canada, Finland, Germany, Ireland, Poland, the United Kingdom and the United States
- **Aalto Executive Summit** sessions held in Helsinki or Singapore
- **Specialization:** management and international business
- **MBA study tour**, with a tailor-made and curriculum-aligned itinerary, organized every year for the benefit of MBA Program participants.

## Practical Focus

- **Interactive instruction methods:** workshops, authentic business case studies, panel discussions, simulations
- Knowledge and experience sharing among participants with **diverse professional backgrounds** and from a variety of industries
- **Modular** curriculum structure
- 24/7 contact with the University and permanent access to educational content from any location owing to **Extranet and e-learning platform**
- **Conveniently scheduled meetings** – once in a month on average
- **Service staff available** during each weekend session
- Tuition fee payable in **flexible installments**
- **Extra course materials published** in book form.

## Professional class

- Courses taught by an international faculty made up of **premium teaching talent** with ample hands-on experience
- **Executive MBA degree** certificate
- Opportunity to upgrade your **Business English** skills
- Comprehensive and relevant learning including **specialized know-how**
- **Friendly and supportive staff**, including a cohort manager available throughout the duration of the Program
- University's membership in the WSB Group, whose strength is underpinned by **over 25 years of presence in the higher education market** and 20 years of experience in the delivery of MBA programs.



# KADRA DYDAKTYCZNA

## FACULTY

Wykładowcy naszego programu mają multidyscyplinarne przygotowanie zawodowe, międzynarodowe doświadczenie, praktyczne podejście i pasję nauczania. Są wśród nich profesorowie renomowanych uczelni amerykańskich i europejskich oraz wysokiej klasy specjaliści z bogatym dorobkiem naukowym i ścisłym związkiem z praktyką gospodarczą. Razem z naszymi słuchaczami tworzą oni atmosferę sprzyjającą rozwojowi i wymianie doświadczeń na najwyższym poziomie.

The Executive MBA faculty members are characterized by a multidisciplinary professional background, a wealth of international experience, a practical approach, and a genuine passion for teaching. The faculty includes professors of accomplished American and European universities alongside world-class professionals with broad research interests and ample exposure to business practice. This fine mix of industry and academia accounts for and superior quality education and a favorable climate for experience sharing.

- **Michael J. Baker MA, EMBA**  
Aalto University (Finland)
- **Min Basadur, Ph.D.**  
McMaster University (Canada)
- **Marja Blomqvist**  
Aalto University (Finland)
- **Michał Błoński**  
Symulator Biznesu sp. j. (Poland)
- **Prof. Dr. Frank Brand**  
Berlin School of Economics and Law (Germany)
- **dr Grzegorz Dzwonnik**  
Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu (Poland)
- **Tomas Falk, Ph.D.**  
Aalto University (Finland)
- **Krzysztof Firlik**  
Perfectus Group sp. z o.o. (Poland)
- **J. Michael Geringer, Ph.D.**  
Ohio University (USA)
- **Arvind K. Jain, Ph.D.**  
Concordia University (Canada)
- **dr Bartosz Kabaciński**  
Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu (Poland)
- **dr hab. Jarosław Kubiak**  
Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu (Poland)
- **Jakub Marczak**  
Perfectus Group sp. z o.o. (Poland)
- **Damien McLoughlin, Ph.D.**  
University College Dublin (Ireland)
- **dr Remigiusz Napiecek**  
Wyższa Szkoła Bankowa (Poland)
- **Ben Nothnagel**  
Benna Oy (Finland)
- **Olin O. Oedekoven, Ph.D.**  
Peregrine Global Services (USA)
- **Prof. Dr. Avo Schönbohm**  
Berlin School of Economics and Law (Germany)
- **Paul R. Timm, Ph.D.**  
Marriott School of Management, Brigham Young University (USA)
- **Hertta Vuorenmaa, Ph.D.**  
Aalto University (Finland)
- **Tomasz Wrzesiewski**  
Art Strategy Group (Poland)

# STRACH PRZED PORAŻKĄ ORAZ WIZJA SUKCESU

## Co Pana motywuje do działania?

Moim największym źródłem motywacji jest możliwość rozwoju. Wyznając zasadę, że człowiek uczy się całe życie, z każdego dnia staram się wyciągnąć jakąś lekcję. Dlatego też ambitne wyzwania są dla mnie źródłem inspiracji i napędzają mnie do działania, a ciągła zmiana i doskonalenie się stanowią podstawę moich zawodowych zainteresowań. Z biegiem czasu odkryłem również, że dzielenie się zdobytą wiedzą i doświadczeniem dostarcza mi równie pozytywnych odczuć, dlatego też staram się rozwijać działalność dydaktyczną oraz aktywniej uczestniczyć w publicznych dyskusjach. Organizuję warsztaty otwarte, prowadzę wykłady dla studentów podyplomowych i występuję w roli prelegenta na konferencjach.

## Czy w Pana życiu był moment, kiedy coś lub ktoś sprawił, że ruszył Pan do dzieła ze zwiększoną mocą?

Według mnie istnieją dwie kluczowe rzeczy, które inspirują do nasilenia działań: strach przed porażką oraz wizja sukcesu. Za każdym razem, kiedy ponoszę porażkę, uczucie dysonansu każe mi spotęgować obecne działania, aby zminimalizować ryzyko kolejnej. Pojawiająca się na horyzoncie wizja osiągnięcia w najbliższym czasie sukcesu powoduje podobny skutek. Uczucia te są tym mocniejsze, im trudniejsze jest zadanie lub im więcej ludzi ono angażuje. Dzieje się tak, ponieważ w przypadku porażki lub sukcesu zawód albo euforię odczuwam nie tylko ja, ale także cały zespół.

## Z jakiego osiągnięcia jest Pan najbardziej dumny?

Zdecydowanie najbardziej dumny jestem z możliwości zaprojektowania, zbudowania oraz uruchomienia fabryki w projekcie typu „green-field” w Tianjin w Chinach produkującej materace do łóżek. Brak ograniczeń na etapie projektowania, złożoność oraz rozmiar przedsięwzięcia sprawiły, że było to jak dotąd najtrudniejsze zadanie, jakiego się podjąłem. A największym wyzwaniem były różnice kulturowe i wynikająca z nich konieczność modyfikacji sposobu komunikacji. Emocje, których projekt dostarczał, były bardzo intensywne. Nie bez znaczenia jest także fakt, że efekt tego projektu ma charakter ciągły. Stworzyliśmy jednostkę biznesową, która istnieć będzie przez kolejne kilka, kilkanaście lub kilkadziesiąt lat i będzie źródłem przychodu nie tylko dla właścicieli, ale przede wszystkim dla lokalnego społeczeństwa – zarówno jako miejsce pracy, ale także jako fabryka dostarczająca produkty dla szerokiego grona klientów w Chinach, Korei, Tajwanie, Japonii oraz Hong Kongu.

## Dawid Majchrzak

kierownik projektu, Hilding Anders Polska  
słuchacz studiów Executive MBA w WSB w Poznaniu





# ORGANIZACJA STUDIÓW

## Zjazdy

Studia Executive MBA trwają 2 lata. Zjazdy odbywają się średnio raz w miesiącu i trwają w piątki od godz. 15.00 do 21.00, w soboty od 8.30 do 17.00 i w niedziele od 8.30 do 16.00. Program obejmuje 20 modułów, każdy z nich to minimum 26 godzin zajęć dydaktycznych w ciągu jednego weekendu.

## Język wykładowy

Wszystkie zajęcia prowadzimy w języku angielskim.

## Metody nauczania

Jako formy prowadzenia zajęć wykorzystujemy m.in.: wykłady, analizy przypadków, prezentacje indywidualne i grupowe, warsztaty i ćwiczenia, gry symulacyjne i komputerowe, testy osobowości, dyskusje, konsultacje indywidualne.

## Materiały dydaktyczne

Przed zajęciami uczestnicy programu otrzymują pakiet materiałów dydaktycznych. Dzięki temu zapoznają się z tematyką modułu oraz przygotowują pracę wstępną. Jest to również czas na pracę własną, wyznaczenie celu i opracowanie indywidualnego procesu uczenia się.

## Meetings

The Executive MBA takes 2 years to complete. Meetings are held once in a month on average, from 3 to 9 p.m. on Fridays, from 8.30 a.m. to 5 p.m. on Saturdays, and from 8.30 a.m. to 4 p.m. on Sundays. The curriculum is composed of 20 modules, each comprising a minimum of 26 class hours scheduled over a single weekend.

## Language

All classes are taught in English.

## Teaching methods

The methods of instruction include: lectures, case studies, individual and group project assignments, workshops and exercises, simulation and computer games, personality tests, discussions, individual coaching sessions.

## Teaching materials

Prior to each meeting, the participants are provided with a complete package of course materials. This enables them to preview the module content and develop an introductory project.

# 9 in 10

**9 in 10 alumni would recommend WSB programs to their friends.**



Source: Student, alumni and employer opinion survey conducted in March-December 2019 by TEB Akademia Higher Education Development Center for the WSB Universities.

## Zaliczenie

W czasie zajęć słuchacze:

- mają bezpośredni kontakt z wykładowcą ekspertem
- intensywnie współpracują z innymi słuchaczami i biorą udział w zadaniach grupowych
- uczestniczą w dyskusjach
- wymieniają się wiedzą i doświadczeniami.

Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Każdy moduł kończy się pisemną pracą zaliczeniową o charakterze praktycznym. Kryteria zaliczenia określają poszczególni wykładowcy na początku zajęć z danego modułu. Pod uwagę mogą oni brać m.in. aktywność na zajęciach, prezentacje samodzielne i grupowe, raporty dotyczące pracy grupowej, pisemne analizy studium przypadku, testy do samodzielnego rozwiązania, prace pisemne słuchaczy.

## Program

Cały program obejmuje zagadnienia z czterech głównych obszarów:

- zarządzanie przedsiębiorstwem
- zagadnienia finansowe
- zarządzanie międzynarodowe
- marketing i komunikacja.

## Assessment

In class, the students:

- interact directly with an expert instructor
- work closely with other students and perform group assignments
- engage in discussions
- share their insights and experiences.

Class attendance is obligatory. Each module is concluded with a final written assignment to be prepared in line with the requirements and guidelines given by the instructor at the beginning of the course. The evaluation criteria may include student's in-class involvement, individual projects or contribution to groupwork, task reports, written case studies, tests and quizzes, and written assignments.

## Curriculum

The program is divided into four thematic concentrations:

- Company Management
- Financial Expertise
- International Business and Management Issues
- Communication and Marketing Skills.



*Skończyłem studia filologiczne, ale nie przeszkadza mi to od 25 lat skutecznie działać w biznesie FMCG. MBA to dla mnie wyzwanie i szansa na złamanie pewnego schematu w działaniu. Wierzę, że moje dotychczasowe doświadczenia wraz z nową lub pogłębioną wiedzą zdobytą na zajęciach zaowocują ciekawymi inspiracjami i otworzą przede mną nowe możliwości. Z perspektywy drugiego roku mogę powiedzieć, że na studiach najważniejsza jest umiejętność wpasowania się w zajęcia grupowe oraz pewna „plastyczność”, ale przy zachowaniu swojego kręgosłupa intelektualno-biznesowego. Bardzo istotna jest też dyscyplina i dobry podział zadań – w grupie i w czasie – żeby nie zgubić tempa, bo zadań jest sporo, a ich wspólne rozwiązywanie i podsumowywanie niełatwe.*

### Tomasz Duda

Dyrektor ds. Rynku Tradycyjnego  
Henkel Beauty Care Polska  
słuchacz studiów Executive MBA w WSB w Poznaniu



## DATA ANALYSIS FOR DECISION MAKING

---

Decision making in complex and volatile environments is today among the abilities that are seen as critical to business management. And perhaps no less important outside of business governance. This is because real world problems are becoming more and more difficult to tackle as the interconnectedness of relevant variables continues to increase. This module, in the first place, discusses modeling methods, such as decision trees or complex and systemic approaches, that can be applied to everyday situations. The course then investigates a number of approaches to visualizing complex decision problems, determining probabilities and financial results for different outcomes, as well as to interpreting and ranking the outcomes. Further, specific recommendations are formulated and offered to decision makers at each step.

## STRATEGIC INTERNATIONAL HRM

---

The Strategic Human Resource Management course exposes participants to the intersection between competitive strategy and international human resource management. People are now commonly seen one of the most, if not the most, important resources supporting the competitive strength of firms. Admittedly, the greatest challenges to effective people management are found in large multinational corporations operating across very different geographical, cultural and institutional environments. Upon completion of the course, the participants will understand the linkages between corporate strategy and human resources (HR), and the role of HR in managing a global workforce. Further, the students will learn about how firms can apply HRM concepts and practices – such as performance management, talent management, or expatriation – to deploy their human capital globally, as well as how they can facilitate value creation through social architecture and change management.

## ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR

---

“The soft stuff is the hard stuff,” said Jack Welch, the former CEO of GE. “Soft stuff” stands for human skills, as opposed to “hard stuff” that is associated with quantifiable organizational functions, such as operations, manufacturing, finance, etc. The Organizational Behavior course is focused on coping with the “soft stuff.” More specifically, OB concerns the ability to influence four types of human actions critical to the success of any enterprise: productivity, absenteeism, turnover (employee attrition), and organizational citizenship behaviors (OCBs). Influencing these begins with self-awareness – an understanding of our own values, biases, behavioral tendencies, and attitudes.

## MANAGEMENT ACCOUNTING

---

The module offers students an insight into the latest concepts in management accounting and their applications in real business contexts. The students will learn to apply costing techniques across a variety of cost accounting systems, such as in particular job-order cost accounting, cost-plus pricing, total absorption costing, and activity-based costing. They will be able to interpret and use information generated by management accounting systems in operational decision making, particularly in areas involving high-cost items, e.g. in making “make or buy” decisions, pricing decisions, or product portfolio decisions. Further, they will be trained how to align corporate planning with the exercise of management control in different business domains, how to examine business results, and how to investigate deviations from plan.

## STRATEGIC MANAGEMENT

---

This course focuses on the issues of strategic management, building on and integrating the various components of the EMBA program to develop an understanding of the strategy process. The course adopts a general management outlook rather than that of a domain expert. In its essence, strategy is centered on aligning a company’s distinctive strengths in such a way as to gain advantage over competitors. The strategist makes choices designed to create a tight fit among the internal business functions and the external environment. Strategic management tends to be broad, ambiguous, and subjective. Although some “strategic” models and techniques will be presented, it should be realized that the nature of strategy problems makes them difficult to capture, defying attempts at categorization, structuring and modeling, instead requiring creative approaches and insights. Accordingly, the course combines lectures with extensive reliance on the case study method to facilitate active and cooperative learning. The concepts and tools conveyed in this course will be subsequently applied to the Business Strategy Project.

## MANAGEMENT COMMUNICATION

---

The module is focused on key communication strategies and skills that can be employed in managerial communications in a global workplace. While providing an introduction into the underlying theories of communication strategy, it proposes decision-making frameworks and analytical tools that can be applied to effectively plan, design and convey management messages. The module is highly interactive and task-oriented. The pre-course readings and assignments, case studies, and individual and team presentations will allow the students to practice the key concepts and theories outlined in the course. Peer and trainer feedback will give each student a clear picture of their personal communication behaviors, and an indication of what they can do to enhance their individual communication skills and habits.

## ECONOMICS FOR EXECUTIVES

---

Success in business depends on how well managers handle a company's resources in a volatile external environment. The module highlights one aspect of the external environment: the performance of the economy in which the company operates. A country's economic performance is strongly conditional on policies that its government pursues and by the developments in global markets. Developments and uncertainties in the global economy drive fluctuations in key economic variables, such as growth rate, unemployment rate, inflation rate, interest rates, and exchange rates. The module equips students with an understanding of these variables and their impact on government policies, at the same time building an awareness of the international links that influence an economy's performance. Following a brief introduction to economic instruments, the learning is applied to the interpretation of contemporary global developments. Once grasped, the knowledge is likely to improve each individual's capacity to participate in national economic policy-making and support citizen involvement.

## CORPORATE FINANCE

---

The module seeks to, in the first place, develop specific skills that are readily applicable by business managers in real work contexts (while not at all aiming to transform MBA students into accountants). The module takes a manager's perspective (rather than that of an accountant) to address practical issues such as the relevance of specific items on a company's balance sheet, major approaches to boosting profitability, main sources of capital, essential financial indicators (including warning signals), and key factors for good investment decisions. On completion of the module, the students will understand the principal aspects of corporate finance. They will also be able to perform a basic assessment of a company's financial condition, detect major threats to a company's finances, make high-level financial decisions, and effectively deal with auditors and bankers.

## BUSINESS STRATEGY PROJECT

---

In this module, teams of participants work with a client company to develop analyses and practical recommendations related to a selected area of a company's operations. Student teams utilize their newly acquired knowledge and skills to design novel solutions that are applicable in corporate settings. Project teams work under the supervision of a business project coach, who is both a faculty member and a business consultant with rich experience gained in an international environment. The project verifies that the students are able to incorporate their learning in a logical reasoning process and at the same time utilize it in addressing practical problems, developing viable solutions at both the strategic and operational management level. Further, the project is expected to foster their ability to effectively use analytical techniques in formulating management problems and presenting arguments, testing the validity of approaches and methods applied, and choosing the best problem solution.

## OPERATIONS MANAGEMENT

---

Operations management concerns primarily the delivery of goods and services to the customer. On the one hand, it seeks to offer value to customers by providing them with superior products and services that are delivered in a timely fashion and that meet their diverse needs and requirements. On the other hand, it has to perform as cost-efficiently as possible. If these two functions are successfully performed in conjunction – i.e. customer value is provided in an efficient manner – operations can support long-term business goals. Operations management originates in the physical manufacturing environment, but is just as relevant in any other context: e.g. service delivery, public services, healthcare, knowledge/expert work, etc., where adherence to operations management principles can also bring multiple benefits. As a pre-course assignment, prior to the start of the module, the students analyze the operations of their own organizations. The actual course begins by looking at strategy issues and at how operations contribute to the “big picture”. Then it explores operations from three perspectives: that of operations network structures, focusing on positioning in the value chain (“make or buy” decisions, location decisions, roles within an operations network); that of operations management (with two aspects: processes and flows, the former focusing on Sales and Operations Planning, and the latter focusing on flows of materials and services, the value stream, flow efficiency, and the theory of constraints); and that of operations improvement (with Lean Thinking as a framework).

## LEAN MANAGEMENT FOUNDATION FOR MANAGERS

---

Lean Management is among the most common approaches to business process improvement, and one that can be applied just as successfully in the manufacturing industries as in service businesses, public administration, or in the healthcare sector. The class is delivered as a simulation game that provides for ample exposure to the practice and mechanisms of Lean Management through an interactive and engaging experience. The students learn to apply key process improvement tools and build process-oriented organizations. They are also encouraged to engage their employees in making improvements to processes on a daily basis. On completion of the workshop, the participants are awarded the Lean Management Foundation for Managers certificate endorsed by Perfectus Group sp. z o.o.

## ENTERPRISE GAMIFICATION: PLAYING AND CHANGING BUSINESS GAME

---

From the ludic perspective, every social interaction can be interpreted as a game and enhanced through the application of game design concepts. Corporate games are already present throughout many business functions, such as assessment centers, recruitment games, open innovation contests, project Scrum, production Kanban, or playful sales and marketing interactions. The Enterprise Gamification course exposes the participants to game design thinking in business settings and guides them to mindfully gamify their own business situations. They will understand game mechanics, aesthetics and dynamics, and will learn to apply these in creating performance-driven work experiences. Playful interactions build a game-like atmosphere and serve as prototypes for game play in business. On completion of the course, the students will embrace the role and power of games in a variety of business contexts, have a firm grasp of game mechanics, dynamics and aesthetics, and be able to apply game design principles in enhancing business experiences.

## PROJECT MANAGEMENT

---

This 26-hour course blends project management theory with the study of business cases based on actual projects run domestically and worldwide (Serbia, Germany, the United States). The module focuses on the skills of project planning and execution while at the same time highlighting effective utilization of organizational resources, including information resources. Having been introduced to the rudiments of project planning and scheduling, the students subsequently learn how to manage projects following classical approaches, Agile methodologies, and the critical chain method, as well as how to handle project risk. Their learning is immediately applied in performing teamwork assignments that involve the design of their own projects using a number of standard project management tools and drafting common project-related documents. As a result, on completion of the course the students will be able to schedule and execute projects of all types and at any level of complexity.



## GLOBAL MARKETING

---

In this module students are furnished with marketing tools and insights they need to become effective business builders. This means engaging with the creative aspects of marketing while maintaining the analytical rigor that executives and entrepreneurs require to be able to assess performance and support investment. For those who already work in the capacity of marketing decision makers, the course will revisit the core concepts from a contemporary perspective, enabling them to further refine their thinking and sharpen their impact. Those who are new to marketing or simply are not marketing professionals will be exposed to ideas and concepts that are sure to come in handy at some point in their leadership roles. The course will ensure that they have the knowledge prerequisites to make them effective in making marketing decisions and in planning their marketing expenditures. The module shows marketing as a major driver of sales growth, and hence of enterprise value. The students will come to appreciate the fact that marketing, although it does encompass selling and advertising, too, is primarily concerned with the broader task of delivering on promises to customers by providing them with just the kind of products and services that best match their needs and expectations. Finally, the course demonstrates that the contribution of marketing efforts is measurable and should be measured at all times; it explores both standard and non-standard measurement tools.

## STRATEGIC ANALYSIS

---

In a turbulent environment, it is not at all an easy task to strategically delineate the course of a company's growth. A lot depends, in the first place, on whether its current strategic position is accurately defined, whether the target position reflecting the company's aspirations is appropriately outlined and, last but not least, whether the opportunities and threats that may be encountered along the path are correctly identified. These are the questions that strategic analysis is preoccupied with, being the first stage of the strategic management process. The module primarily aims to acquaint students with selected methods of strategic analysis and the prerequisites for their effective application. This initial step, focused on the assessment of a company's business environment, is where many organizations stray into cliché and routine. Hence, a significant part of the course is based on teamwork and is delivered in the form of workshops. Discussions held and experiences shared by representatives of diverse industries will ensure that the class stays on an objective track and that the students derive valuable insights and inspirations to take back into their professional fields.

## SERVICE BUSINESS & DESIGN

---

Designed to provide a set of effective tools for optimizing service operations, the module starts at the foundations with outlining the three-stage model of service consumption. To stress service quality as a key objective, the module dwells on concepts such as the Gap Model, Servqual, blueprinting, and the Critical Incident Technique. Further, the course covers essential Web-based tools for service quality measurement. Considering the general failure-proneness of service encounters, effective service recovery strategies are discussed next. Subsequently, the course brings up self-service technologies and artificial intelligence as primary drivers of service innovation. Given the increasing prominence of technology for service delivery, the participants will also identify co-creation as an emerging trend in service innovation management. In line with the notion that services should provide customers with real problem solutions, the module then highlights customer value creation as a major strategic goal. In addition, customer centricity is introduced as a central organizational precondition for the delivery of customer value. The module closes with a group ideation session on developing customer-centric service offerings.

## MANAGING FOR CREATIVITY

---

The module aims to provide students with an increased understanding of creativity and innovation management as an inclusive strategic process, and to develop the leadership skills that will aid them in them carrying the process on from generation and conceptualization (the fuzzy front-end) to successful commercialization (optimization and implementation). The course covers the methods that effective organizations adopt in striving to streamline routines as well as to tackle disruptions to routine – by institutionalizing the ongoing conceptualization of new problems and opportunities, and by implementing new ideas and solutions into products, technologies, and procedures.

## LEADERSHIP AND CHANGE MANAGEMENT

Leadership is at the same time personal and collective effort. More specifically, leadership is about utilizing personal capabilities to influence, mobilize, motivate, and inspire others in collective settings such as teams and organizations. The goal of this course is to help the students grasp the basic theory of leadership as well as to identify and further develop their own leadership capabilities and skills. One of the key leadership abilities covered in this module is understanding and managing change. The course features a number of opportunities to learn and identify key leadership skills and potentials through self-assessment and through training exercises, its primary deliverable being a personal “Leadership Profile.” The Profile is intended not only as a piece of meaningful project work, but it is also supposed to provide a thorough and in-depth underpinning document that will guide long-term individual efforts at developing a personal leadership style.

## CROSS-CULTURAL MANAGEMENT – INTRODUCING SITUATION SMART

The impact of globalization and the rapidly changing business environment require managers and leaders to be effective and comfortable in developing and implementing ways to successfully perform in global markets and across national cultures. It also requires an ability to understand the impact of individual and cultural diversity on business models, strategies, as well as on customer preferences and employee performance. Successful leaders and managers will increasingly have to be capable of adapting their management and leadership styles to get the most of the people they lead and to capitalize on the opportunities that different cultures and global markets offer.

## CAPSTONE MODULE – BUSINESS SIMULATION

The course sets out to present a number of state-of-the-art analytical methods, techniques and tools supporting business decision making. The innovative delivery mode based on a computerized market simulation will account for speedy transfer of knowledge into skills as well as for immediate implementation of learning in real business settings. The curriculum is plotted across four areas: strategic management, marketing management, sales management, and finance. The module is designed to emphasize the interrelationships between processes taking place in an enterprise. Its comprehensive, integrative approach to business management allows for a summation of learning in the MBA program and validates the actual benefits derived by the students.



**Engaging classes with good instructors and excellent student services.**

	Curriculum and course offerings	4,26
	Facilities	4,31
	Class scheduling	4,51
	Classes and faculty	4,52
	Enrollment process	4,71
	MBA student services	4,72

\*Grading scale 1-5

Source: Student, alumni and employer opinion survey conducted in March-December 2019 by TEB Akademia Higher Education Development Center for the WSB Universities.

# DODATKOWY CERTYFIKAT

Słuchacze programu zdobywają na zakończenie modułu Lean Management certyfikat Lean Management Foundation for Managers, potwierdzający ich umiejętności w tym obszarze.

# MBA Day

Osoby zainteresowane studiami Executive MBA w Poznaniu zapraszamy do udziału w zajęciach próbnych MBA Day. To najlepsza okazja, aby zapoznać się ze szczegółowym programem studiów, poznać zasady zaliczenia i atmosferę zajęć, obejrzeć materiały dydaktyczne, a także porozmawiać z wykładowcą i pracownikami Biura Programy EMBA.

# UROCZYZSTE ABSOLUTORIUM

Dla naszych absolwentów organizujemy uroczyste zakończenie studiów. W obecności władz uczelni, wykładowców i zaproszonych gości absolwenci odbierają prestiżowy dyplom. Na najlepszych słuchaczy czekają również specjalne wyróżnienia – Mastery.



Absolutorium, listopad 2019 r.

# Dodatkowe szkolenia

Słuchacze programu MBA mogą wziąć udział w dodatkowych, bezpłatnych szkoleniach. Dzięki nim mogą uzupełnić wiedzę z danego obszaru, a także zdobyć certyfikat. W ubiegłym roku słuchacze wzięli udział w następujących szkoleniach:

- Biznes modeling – czyli rzecz o współczesnych modelach biznesowych
- Emocje w negocjacjach
- Dlaczego tak trudno przenieść kompetencje z sali szkoleniowej do miejsca pracy i co z tym zrobić – LETS Intro.

# Networking

Dodatkowym atutem studiów jest możliwość budowania międzynarodowej sieci kontaktów wśród słuchaczy i absolwentów programów Aalto Executive MBA.

Uczestnikami programu w WSB w Poznaniu są przedstawiciele kadry menedżerskiej takich firm, jak m.in.: Allegro, Bank Zachodni WBK SA, GlaxoSmithKline Pharmaceuticals SA, Henkel Polska, Hewlett-Packard sp. z o.o., Johnson & Johnson sp. z o.o., Kraft Foods Polska sp. z o.o., Nivea Polska, Philips Lighting Poland, PKO BP SA, Siemens sp. z o.o., Unilever Polska SA, Volkswagen Motor Polska sp. z o.o., Wrigley Poland sp. z o.o. czy Żabka Polska.



# W BIZNESIE OD ZAWSZE NAJWAŻNIEJSZE BYŁO ZAUFANIE

## **Co Panią napędza do działania?**

Cele do zrealizowania. Jednym z nich jest rozwój jako lidera. Trudno wyznaczyć ten moment, kiedy jest się już wystarczająco dobrym liderem, a gdyby nawet było to możliwe, taki tytuł i tak nie mógłby być przyznany na zawsze. Zespoły ewoluują, natura biznesu się zmienia, konieczny jest ciągły rozwój i refleksja, co można robić jeszcze lepiej albo inaczej. Mnie pomaga to, że wytyczyłam sobie pewien kierunek działania według zasad opartych na wyznawanych przeze mnie wartościach. Co jakiś czas, zwykle pod koniec roku, spoglądam wstecz i sprawdzam, co osiągnęłam w ostatnim roku, pięciu latach albo od początku mojej kariery. Podsumowanie własnych osiągnięć zawsze dodaje mi siły do dalszego działania. Bardzo dobry efekt daje również spisanie wszystkich rzeczy, które zrobiłam, lub z których jestem dumna. Zwykle po ich spisaniu okazuje się, że jest ich dużo więcej, niż sądziłam.

## **Wspomniała Pani o wartościach jako swojego rodzaju kierunkowskazie. Jakie one są?**

Myślę, że w biznesie od zawsze najważniejsze było zaufanie. Nie robimy interesów z firmami ani stanowiskami, ale z konkretnymi ludźmi. To oni podejmują decyzję, z kim chcą współpracować. Ograniczone zaufanie do partnera biznesowego, nawet mimo niższej ceny produktu czy usługi, spowoduje odejście klienta do konkurencji. W przypadku firm mówimy o marce, do której klienci mają zaufanie, w kontekście ludzi – o marce osobistej. To ona decyduje o tym, kto chce z nami współpracować, i jak rozwija się nasza kariera. Dużo uwagi poświęcam relacjom z ludźmi. Staram się, by moje działania były spójne, robię to, co mówię, że zrobię. Nigdy nie składam obietnic bez pokrycia. Wiele osób, z którymi współpracuję, docenia moją szczerość. Często jest ona miłą odmianą od tego, co spotykało je wcześniej. Sama również na tej podstawie dobieram osoby, którym powierzam ważne zadania. Zaufanie i przewidywalność czyichś działań są dla mnie na tyle ważne, że krytyczne i krótkoterminowe zadania powierzam tylko osobom, na których mogę polegać bezwarunkowo.

## **Małgorzata Błoch**

Head of Delivery, BAE Systems Applied Intelligence  
słuchaczka studiów Executive MBA w WSB w Poznaniu





# WYJAZDY ZAGRANICZNE



## AALTO EXECUTIVE SUMMIT

Aalto Executive Summit łączy słuchaczy i absolwentów programów Aalto EMBA wszystkich lokalizacji sieci Aalto University Executive Education. Podczas tygodniowego pobytu w Helsinkach lub w Singapurze słuchacze biorą udział w zajęciach i spotykają się z liderami biznesu, mając jednocześnie okazję poszerzyć sieć kontaktów. Co roku Aalto Executive Summit gromadzi około dwustu uczestników.

Każdy słuchacz naszego programu ma możliwość odpłatnego uczestniczenia w projekcie zarówno w Helsinkach, jak i w Singapurze oraz zaliczenia w sumie dwóch modułów.

## MBA STUDY TOUR

Raz w roku dla słuchaczy programów MBA Wyższych Szkół Bankowych organizujemy fakultatywny wyjazd do siedziby partnera strategicznego Grupy WSB, Franklin University w USA, z autorskim programem, dostosowanym do profilu studiów. Plan pobytu obejmuje m.in. spotkania i warsztaty prowadzone na uczelni, a także wizyty w wybranych amerykańskich firmach. W ubiegłym roku uczestnicy odwiedzili również Waszyngton i Atlantę.

## AALTO EXECUTIVE SUMMIT

The Aalto Executive Summit brings together students and graduates from all of the hubs in the Aalto University Executive Education network. During a week's stay in Helsinki or Singapore, the students attend the classes, meet local business leaders, and make lots of new business contacts. Each year, the Summit hosts around two hundred participants.

Every EMBA participant can take part in one or both of the events held in Helsinki and Singapore, for a total of 2 modules to complete.

## MBA STUDY TOUR

A study tour, with a tailor-made and curriculum-aligned itinerary, is organized every year for the benefit of students in MBA programs across the WSB Group. The students are hosted by Franklin University, USA, the Group's strategic partner, attending lectures, meetings and workshops held on-campus while at the same time paying visits to assorted US companies. Last year, they were also shown around Washington, D.C., and Atlanta, Georgia.



*To provide a challenging, integrative, team-based learning experience which applies concepts and tools from the MBA program to define, analyze and recommend an appropriate solution for a complex strategic challenge & help ensure the recommended solution is successfully implemented by the company's executives.*

### **J. Michael Geringer, Ph.D.**

Professor of International Strategy & Director, Center for International Business Education & Development, Ohio University, USA



# ZASADY REKRUTACJI

## Etap 1

### Spełnienie kryteriów przyjęcia na studia Executive MBA w Poznaniu:

- ukończone studia wyższe II stopnia (dyplom magistra)
- minimum trzyletnie doświadczenie zawodowe.

## Etap 2

### Zebranie kompletu dokumentów, na który składają się:

- wypełniony i podpisany kwestionariusz osobowy
- zaświadczenie o doświadczeniu zawodowym lub wpis do ewidencji działalności gospodarczej
- list motywacyjny w języku angielskim
- pełne CV w języku angielskim
- 2 egzemplarze umowy edukacyjnej
- potwierdzona przez WSB lub notarialnie kserokopia dyplomu ukończenia studiów magisterskich
- potwierdzona przez WSB lub notarialnie kserokopia dowodu osobistego
- ewentualnie kserokopia świadectwa zdania egzaminu językowego (TOEFL, FCE zdany po 2016 r., CAE, CPE, LCCI 3rd level, BEC Higher)
- potwierdzenie przelewu opłaty za postępowanie kwalifikacyjne i wpisowej na konto:  
**Raiffeisen Bank Polska SA**  
**95 1750 1019 0000 0000 0161 1828**  
z dopiskiem: Executive MBA.

## Etap 3

### Dostarczenie kompletu dokumentów do Biura Programu MBA – pocztą lub osobiście – oraz umówienie się na rozmowę kwalifikacyjną oraz egzamin językowy.

Podstawą przyjęcia na studia są pozytywny wynik rozmowy kwalifikacyjnej oraz zdany egzamin językowy. Kandydat wybiera zgodnie z preferencjami pisemną lub ustną formę egzaminu.

# ADMISSIONS



## 1. Meet the admission requirements for the Executive MBA in Poznan:

- second-cycle degree (Master's)
- at least 3 years of prior work experience.

## 2. Collect all required documents, fill in and sign where applicable:

- personal questionnaire form
- track record of work experience or a certificate of entry in the business register
- résumé in English
- covering letter in English
- 2 copies of the educational contract
- authenticated (by a WSB employee or a notary public) photocopy of your higher education diploma
- photocopy of your identity card, attested by notary public or WSB employee
- certificate of proficiency in English (TOEFL, FCE dated no later than 2016, CAE, CPE, LCCI level 3, BEC Higher), if applicable
- proof of payment of the examination and registration fees to the University's account:  
**Raiffeisen Bank Polska SA**  
**95 1750 1019 0000 0000 0161 1828**  
title/reference: Executive MBA.

## 3. Submit all the documents collected at Phase 2 to the Program Office – by mail or in person – and make an appointment for the interview and the language exam.

To be enrolled in the Program, a candidate must be successful at the interview and the language exam. Candidates are free to choose their preferred form of exam – oral or written.

## Opłaty za studia Executive MBA w Poznaniu:

- opłata wpisowa – 300 zł
- opłata za postępowanie kwalifikacyjne – 200 zł
- czesne (zobacz niżej)
- opłata końcowa – 750 EUR
- opłata seminaryjna (w przypadku uczestnictwa w Aalto Executive Summit) – ustalana na bieżąco przez organizatora spotkania.

### Dogodny system płatności

Liczba rat	Wysokość raty	Całkowite czesne
1 rata	37 000 zł	37 000 zł
2 raty roczne	19 500 zł	39 000 zł
4 raty semestralne	10 250 zł	41 000 zł
20 rat zjazdowych	2150 zł	43 000 zł

Uczelnia gwarantuje, że wysokość czesnego nie ulegnie zmianie podczas trwania programu.

### Promocje i dodatkowe korzyści:

- Absolwenci WSB w Poznaniu, którzy zapiszą się na studia Executive MBA w Poznaniu w terminie od 25 marca do 16 września 2020 roku, otrzymają zniżkę 2500 zł w czesnym oraz są zwolnieni z opłaty wpisowej.

Regulamin promocji dostępny jest w Biurze Programu Executive MBA w Poznaniu.

## Executive MBA IN POZNAN fees

- registration fee at PLN 300
- examination fee at PLN 200
- tuition fee (see below)
- graduation fee at EUR 750
- seminar fee (applicable to participants of the Aalto Executive Summit) – determined by the organizer on a per-event basis.

### Flexible payment system:

Number of payments	Amount payable	Aggregate tuition
single down payment	PLN 37 000	PLN 37 000
2 annual installments	PLN 19 500	PLN 39 000
4 semi-annual installments	PLN 10 250	PLN 41 000
20 per-meeting installments	PLN 2 150	PLN 43 000

The University guarantees that the tuition fees shall remain fixed throughout the run of the Program.

### Promotions and other benefits:

- WSB University in Poznań alumni who sign up for the Executive MBA program in Poznań between **March 25 and September 16, 2020** will be entitled to a **PLN 2 500 reduction from the tuition fee and exempt from the registration fee.**

More information on rules and regulations is available from the Executive MBA in Poznań Program Office.

## Biuro Programu

ul. Ratajczaka 5/7, Poznań  
pokój nr 214

tel.: 61 655 33 57

e-mail: [emba@wsb.poznan.pl](mailto:emba@wsb.poznan.pl)

pon.-pt.: 8.00-16.00

### Aleksandra Charyna

Dyrektor Programu Executive MBA  
/ Executive MBA Program Director

### Dagmara Dziel

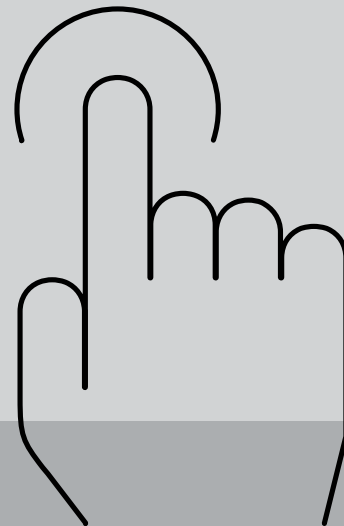
### Paulina Kowalczyk

Biuro Programu Executive MBA  
/ Executive MBA Program Office

# Zapraszamy na serwis MBA

[WWW.STUDIAMB.A.WSB.PL](http://WWW.STUDIAMB.A.WSB.PL)

Wszystkie informacje na temat studiów  
Master of Business Administration w WSB  
w jednym miejscu!



Bądź na bieżąco. Zapisz się na bezpłatny **NEWSLETTER!**



*Na studiach Executive MBA stawiamy przede wszystkim na sprawdzoną kadre dydaktyczną z Kanady, Finlandii, Irlandii, Polski, Niemiec i USA, z którą współpracujemy już blisko 20 lat. Ten czas wspólnych doświadczeń przy tworzeniu i ulepszaniu programu zaowocował wypracowaniem optymalnej i dostosowanej do potrzeb rynku formuły kształcenia wyższej kadry menedżerskiej. Aktualna i praktyczna wiedza, poparta międzynarodowym doświadczeniem wykładowców, przekazywana jest słuchaczom w dynamiczny i angażujący sposób, z użyciem nowoczesnych narzędzi.*

**Aleksandra Charyna**

Dyrektor Programu Executive MBA

**Wydawca:**

Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu  
ul. Powstańców Wielkopolskich 5  
61-895 Poznań

**Koncepcja:**

Centrum Rozwoju Szkół Wyższych  
TEB Akademia sp. z o.o.

**Druk i oprawa:**

VMG Print sp. z o.o.

Wszelkie dane statystyczne dotyczące działalności uczelni przedstawiają stan na koniec roku 2019.

Informacje zawarte w niniejszym informatorze nie stanowią oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu cywilnego.