

Opis programa

Znanje koje vredi

PwC Mini MBA program

Srbija, Bugarska, Hrvatska,
Rumunija, Crna Gora



Sadržaj

Razmevanje razvoja strategije na osnovama najvažnijih faktora uspeha, portfolija i interne analize. Odabir opcija za rast i inovaciju.

Znanje koje вреди	2
Trajanje obuke	3
1. Modul: Mapiranje poslovnih procesa, profesionalna etika i korporativno upravljanje	4
2. Modul: Korporativna i poslovna strategija	5
3. Modul: Osposobljene organizacije	7
4. Modul: Liderstvo u 21. veku	8
5. Modul: Inovacije i kreativno razmišljanje	9
6. Modul: Marketing u eri digitalnih tehnologija	10
7. Modul: Upravljanje projektima u svakodnevnom poslovanju	11
8. Modul: Osnove računovodstva i finansijski menadžment	12
9. Modul: Rekapitulacija	13
PwC Akademija	14

Znanje koje vredi PwC Mini MBA program



PwC Mini MBA program obuke je usmeren na razvoj najvažnijih poslovnih veština. Polaznicima pruža jasnu sliku o organizacijama, njihovoj strukturi i načinu upravljanja.

Šta je to PwC Mini MBA program?

PwC Mini MBA program obuke je usmeren na razvoj najvažnijih poslovnih veština. Polaznicima pruža jasnu sliku o organizacijama, njihovoj strukturi i načinu upravljanja. Polaznici imaju mogućnost da steknu znanje koje vredi i koje se može primeniti u svakodnevnom poslovanju.

Mini MBA program se sastoji od serije dobro osmišljenih modula tokom kojih se primenjuju tehnike mapiranja (procesu u organizaciji). Mapiranje poslovnih procesa u organizaciji ili, pak, njihova analiza imaju veoma važnu ulogu u razumevanju koncepta poslovne administracije. Stoga je nužno da polaznici obuke steknu razumevanje o tome u kojoj situaciji se svaki od postojećih modela poslovanja može primeniti.

Kome je obuka namenjena?

Obuka je namenjena menadžerima zaposlenim u svim linijama usluga i na svim upravljačkim nivoima, vlasnicima malih i srednjih preduzeća, kao i onima koji planiraju da pokrenu sopstveni posao. Upravljanje organizacijom ili nekim njenim delom podrazumeva posedovanje konkretnih znanja i često

veoma različitih veština, zato je važno da menadžeri steknu relevantno znanje o poslovanju društva, kao i razumevanje strategije društva, ljudskih resursa, marketinga i drugih elemenata poslovanja.

Kakvu korist od obuke imaju polaznici?

Ovaj program obuke polaznicima pruža priliku da saznaju na koji način kompanije posluju, kao i da analiziraju pojmove: strategija, konkurencija, marketing, liderstvo, i usko stručne oblasti rada kao što su računovodstvo, finansije, upravljanje projektima i druge oblasti. Cilj programa je da polaznicima ukaže na skup pravila i zakonitosti koje se odnose na organizacije i njihove strukture, kao i na i način analiziranja procesa u vlastitoj organizaciji i drugim organizacijama. Svaki polaznik dobija osnovne informacije na osnovu kojih vrši analizu trenutnog stanja u organizaciji, i to pre donošenja odluka nakon kojih sledi njihovo sprovođenje u delo.

Šta obuhvata Mini MBA program obuke

- Ciklus od devet interaktivnih predavanja u čijoj realizaciju učestvuje tim međunarodnih stručnjaka
- Odgovarajuća vežbanja za potrebe implementacije stečenog znanja

- Primere poslovnih situacija iz stvarnog života, uključujući nekoliko relevantnih kratkih filmova
- Licencirani alat za procenu koji pomaže u razumevanju motiva i vrednosti kao faktora koji određuju ponašanje
- Tehnologije koje pomažu u procesu usvajanja znanja, kao i u procesu interakcije između članova grupe
- Primer poslovnog slučaja, objavljen u publikaciji izdavačke kuće HarvardBusiness Publishing koji se predstavlja na kraju programa
- Gostujuće govornike

- Koji je prvi korak?
- Kako da otpočnem analizu svoje organizacije?
- Koje korake treba preduzeti kako bi se razvio nov proizvod/nova organizaciona jedinica?
- Koji modeli poslovanja su se pokazali kao najbolji?
- Na koji način su modeli poslovanja međusobno povezani i koja su njihova ograničenja?
- Kako da situaciju u svojoj oblasti rada preokrenem u svoju korist?
- Kako da stvorim ambijent koji omogućava inovacije i napredak?

Trajanje programa

PwC Mini MBA program traje ukupno 15 dana (100 sati).

1. Modul: Mapiranje poslovnih procesa, profesionalna etika i korporativno upravljanje	Osnove (vizija, misija, interesne strane i upravljanje), analiza stanja poslovnog okruženja, konkurencija. Razumevanje profitabilnosti sektora i razumevanje tržišta.	12 sati obuke
2. Modul: Korporativna i poslovna strategija	Razumevanje strategije razvoja na osnovu ključnih faktora uspeha, portfolija i interne analize. Izbor opcija za razvoj i inovativnost.	12 sati obuke
3. Modul: Usklađenost elemenata unutar organizacije	Razumevanje povezanosti između organizacione strukture i uspešnog upravljanja poslovnim procesima	12 sati obuke
4. Modul: Liderstvo u 21. veku	Razumevanje liderstva i njegovih elemenata u savremenom poslovanju i stvaranje povoljnog poslovnog okruženja	12 sati obuke
5. Modul: Inovacije i kreativno razmišljanje	Razumevanje marketinga, ponašanje potrošača, brendiranje i promocija putem interneta	8 sati obuke
6. Modul: Marketing u eri digitalnih tehnologija	Razumevanje marketinga, ponašanje potrošača, brendiranje i promocija putem interneta	12 sati obuke
7. Modul: Upravljanje projektima u svakodnevnom poslovanju	Razumevanje principa i alata efikasnog upravljanja projektima	12 sati obuke
8. Modul: Osnove računovodstva i finansijski menadžment	Osnove računovodstva, finansijski menadžment i upravljanje rezultatima rada	12 sati obuke
9. Modul: Rekapitulacija– Izrada plana poslovanja, odnosno analize poslovanja	Simulacija analize poslovanja. Zadavanje studije slučaja	8 sati obuke



Sadržaj sesija:

Modul 1: Mapiranje poslovnih procesa, profesionalna etika i korporativno upravljanje

12 sati obuke

Tokom ovog modula razmatra se pojam privredna grana/sektor privrede, kao i način njene/njegove analize kroz primere iz prakse. Vršiti se analiza poslovnog okruženja na nacionalnom i međunarodnom nivou putem tzv. PESTEL okvira (vrši se analiza političkih, ekonomskih, socio-kulturoloških, tehnoloških i ekoloških faktora, kao i analiza specifične pravne regulative) pre nego što se pređe na razmatranje pojma konkurencija i "profitabilnost industrije" koji uključuje pet pomenutih faktora.

Tokom modula polaznici nastoje da istraže pitanja kao što su barijere za ulazak na tržište, troškovi prelaska za kupce koji razmišljaju o prelasku na proizvode i usluge konkurentskih firmi, zamenski proizvodi i usluge, uloga međunarodnih organizacija i organa državne uprave u funkcionisanju određenih grana privrede, stanje konkurencije, zakonska regulativa i mogućnosti za konkurentsku prednost nacionalne ekonomije.

Teme koje se obrađuju:

- Promena prirode poslovanja - 20. vek vs 21. vek
- Vizija i misija - svrha i strategija poslovanja (kao pojmovi)
- Analiza interesnih strana i mapiranje
- Osnove korporativnog upravljanja
- Mapiranje poslovnih procesa - 1. deo

Modul 2: Korporativna i poslovna strategija

**12 sati
obuke**

Tokom ovog modula razmatra se pojam privredna grana/sektor privrede, kao i način njene/njegove analize kroz primere iz prakse. Vršiti se analiza poslovnog okruženja na nacionalnom i međunarodnom nivou putem tzv. PESTEL okvira (vrši se analiza političkih, ekonomskih, socio-kulturoloških, tehnoloških i ekoloških faktora, kao i analiza specifične pravne regulative) pre nego što se pređe na razmatranje pojma konkurencija i "profitabilnost industrije" koji uključuje pet pomenutih faktora.

Tokom modula polaznici nastoje da istraže pitanja kao što su barijere za ulazak na tržište, troškovi prelaska za kupce koji razmišljaju o prelasku na proizvode i usluge konkurentskih firmi, zamenski proizvodi i usluge, uloga međunarodnih organizacija i organa državne uprave u funkcionisanju određenih grana privrede, stanje konkurencije, zakonska regulativa i mogućnosti za konkurentsku prednost nacionalne ekonomije.

Teme koje se obrađuju:

- Privredna grana, sektori privrede
- Razvoj privrede i mobilnost
- Analiza poslovnog okruženja na nacionalnom i međunarodnom nivou (PESTEL okvir)
- Analiza konkurentskog okruženja (model pet sila)
- Konkurentska prednost nacionalne ekonomije (model dijamanta)
- Predviđanje

Osim pomenutog, razmatra se i pitanje razvoja strategije. Nakon predstavljanja osnovne ideje (svrha– vizija i misija) i izvršene analize konkurentskog okruženja u kom ideja treba da bude realizovana (ovo važi i za start-up kompanije), organizacije treba da se opredele za strategiju. Ukoliko kompanija već neko vreme posluje na tržištu, potrebno je da uporedi svoje kompetencije, znanja i veštine sa nalazima dobijenim na osnovu analize poslovnog okruženja (modul 2), kako bi ocenila svoju strategiju i izvršila neophodne izmene. Modul se bavi pitanjem konkurencije među kompanijama. Najpre se razmatra i analizira pitanje troškova i diferencijacije, zatim pitanje konkurencije u konkretnom segmentu (tržišna niša), a potom koncept strateških grupacija, i to uglavnom na osnovu dva parametra: cene i kvaliteta.

Nadalje, razmatra se koncept strateškog sata koji nudi opciju hibridne strategije. Nakon obrade pomenutih tema, prelazi se na analizu proizvoda i usluga, i to pomoću standardnih modela kao što su BCG matrica, GE matrica, životni ciklus proizvoda (uz poseban osvrt na to da mnogi proizvodi u 21. veku imaju kratak životni ciklus).

Jedna od najvažnijih oblasti koje se obrađuju tokom ovog modula je analiza ključnih faktora uspešnosti organizacije. Pomenuga analiza prethodi definisanju ključnih pokazatelja poslovanja (KPI) koji čine sastavni deo strategije. Razmatra se i koncept lanca vrednosti i vrši kratka analiza resursa budući da se pitanje resursa obrađuje u okviru drugih modula (Ljudski resursi i Finansije).

Teme koje se obrađuju:

- Kako se kompanije "takmiče" na tržištu?
- Troškovi vs Diferencijacija
- Strategije za tržišne segmente
- Strateški sat
- Strateško pozicioniranje grupe
- BCG matrica
- Životni ciklus proizvoda
- Ključni faktori uspešnosti i ključni pokazatelji poslovanja
- Analiza lanca vrednosti
- Resursi i kompetencije

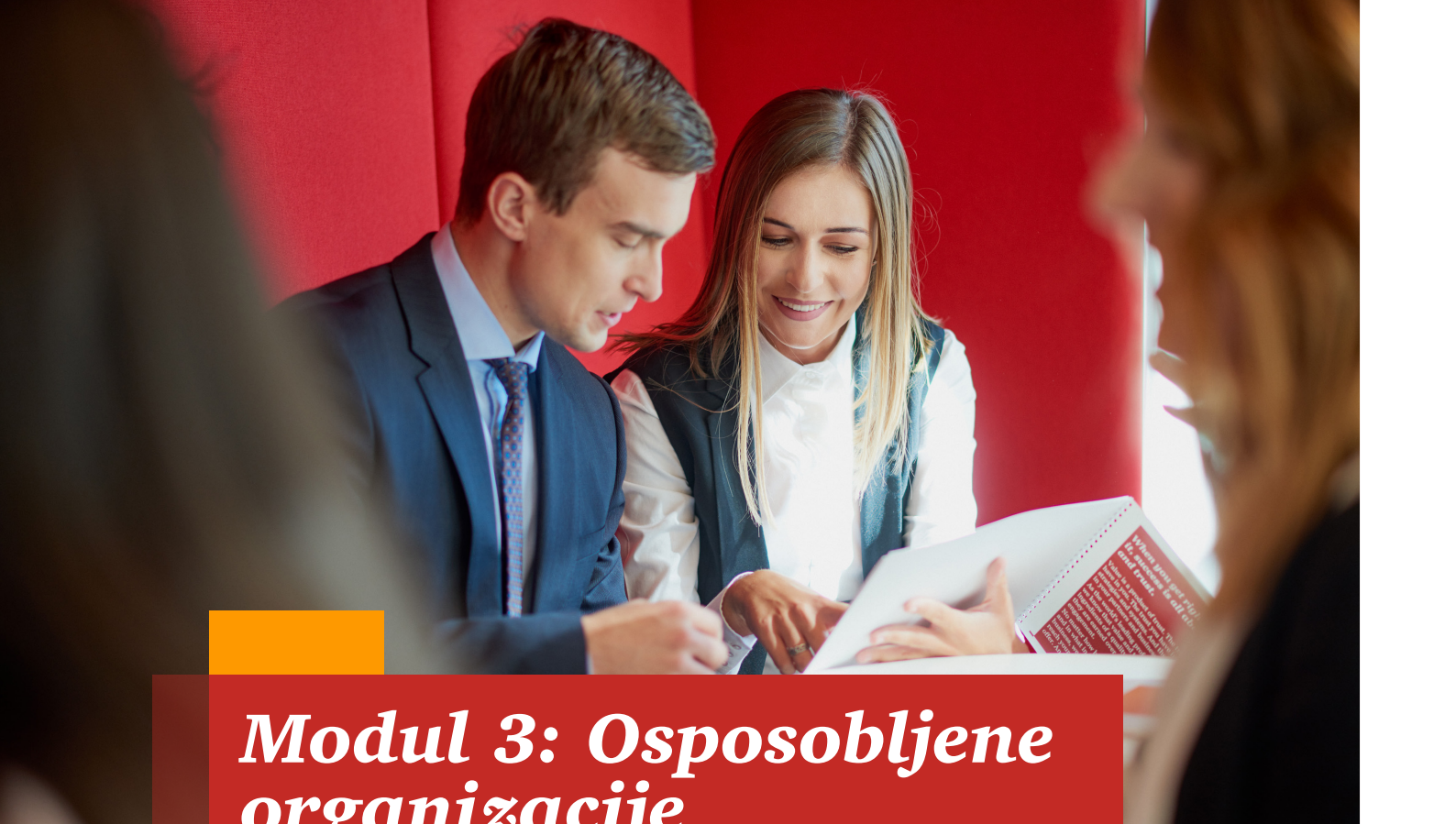
Izbor: *Modul 2.1 Odabir opcije razvoja i inovativnost*

Ovaj modul se bavi jednom od najvažnijih oblasti programa obuke. Naime, prethodni moduli se bave osnovama tj. bazom, dok nadgradnju čini odeljak koji se bavi pitanjem “odabira”. Nakon analize elemenata kao što su poslovno okruženje, konkurencija, kupci, strategija marketinga, kao i analize sveukupne strategije kompanije i njenih proizvoda bitno je da kompanija raste i napreduje.

Na osnovu rezultata SWOT analize, prelazi se na TOWS analizu, zatim se određuju pravci kojim kompanija može da krene kako bi ostvarila rast baziran na tržištu, proizvodima i uslugama. Vršiti se analiza koncepta diversifikacije, kao i analiza različitih metoda kojima se ostvaruje rast kao što su franšizni sistem, spajanje, pripajanje i preuzimanje preduzeća, zajednički poduhvati i druge

metode. Najbitniji elementi su strateška procena svake od pomenutih metoda, kao i pitanja koja se odnose na korporativnu odgovornost lokalne i šire društvene zajednice, odnosno strateške poslovne jedinice.

- SWOT analiza
- TOWS analiza
- Usmerena matrica
- Sredstva i metode kojima se ostvaruje rast
- Vertikalni i horizontalni vid rasta
- Korporativna odgovornost lokalne i šire društvene zajednice
- Strateška procena i odlučivanje
- Inovacije i upravljanje znanjem
 - o Licence
 - o Franšiza
 - o Sticanje
 - o Spajanje i pripajanje
 - o Izvoz
 - o Zajednički poduhvati
 - o Organski rast preduzeća
- Vertikalni i horizontalni vid rasta
- Korporativna odgovornost lokalne i šire društvene zajednice
- Strateška procena i odlučivanje
- Inovacije i upravljanje znanjem



Modul 3: Osposobljene organizacije

Ljudski resursi i kulturna dimenzija poslovanja.

12 sati obuke

Tokom ovog modula ispituje se veza između organizacione strukture i uspešnog upravljanja poslovnim procesima. Razmatraju se pitanja kao što su kompleksnost promena i upravljačke veštine potrebne da bi se efikasno odgovorilo na promene. Polazi se od ideje da tradicionalni stilovi upravljanja (koji stavljaju akcenat na izdavanje zaduženja i kontrolu) sve manje pogoduju poslovnom okruženju u kom su kadrovi mobilni, inovacije bitne a povezanost sveprisutna.

Od učesnika se zahteva da istraže na koji način se efekti promena odražavaju na njih same, kao i na kadrove kojima

upravljaju. Osim toga, ukazuje se na značaj pravljenja razlike između “rezultata rada” zaposlenog i njegovog “doprinosa kompaniji”, u postupku ocenjivanja rezultata rada zaposlenih i kreiranja angažovane radne snage.

Tokom ovog modula polaznici se bave identifikovanjem i uvežbavanjem čitavog spektra veština koje se primenjuju sa ciljem da se pomogne zaposlenima da prihvate i pozitivno odgovore na promene sa kojima se suočavaju.

Teme koje se obrađuju:

- Promene u svetu rada
- Organizaciona struktura i njen uticaj na to kako ćemo odgovoriti na promene sa kojima se suočavamo
- Pojednostavljenje i supsidijarnost
- Pet trendova kojima treba posvetiti pažnju
- Promene i njihov uticaj na zaposlene
- Mentalni sklop i njegov uticaj na efikasnost u radu... i problem nekompetentnosti
- Upravljačke veštine potrebne za uspostavljanje uspešne i fleksibilne organizacije
- Mentorski rad sa zaposlenima i upućivanje saveta
- Efikasno saopštavanje informacije o tome da su nastupile promene



Modul 4: Liderstvo u 21. veku

Osnove lične efikasnosti – upravljanje vremenom, upravljanje stresom i komunikacione veštine.

12 sati obuke

Da bi organizacija bila uspešna potrebno je kvalitetno liderstvo. Neki ljudi su prirodno talentovani za ulogu lidera ali kvalitetno liderstvo može i da se nauči kroz obuku, mentorski rad sa zaposlenima i praksu. Kvalitet liderstva, zasnovan na različitim zvanjima na hijerarhijskoj lestvici u organizaciji, u velikoj meri utiče na uspeh organizacije u dugom roku. Stoga je izuzetno važno da svi zaposleni kojima je poverena uloga lidera razumeju i uvažavaju zahteve koje ta uloga od njih zahteva u praksi.

Tokom ovog modula razmatra se pitanje ličnosti lidera, pitanje napora da se pojedinci razumeju, kao i pitanje uspostavljanja poslovnog okruženja u kom se različitosti, nove ideje, radoznalost i inovacije podstiču i neguju. Analiziraju se različiti vidovi liderstva, uz osvrt na intenzivne promene u poslovnom okruženju i potrebe zaposlenih.

Teme koje se obrađuju:

- Liderstvo i izazovi savremenog poslovnog okruženja
- Stvaranje uzora - negovanje i prihvatanje sledbenika
- Teorije liderstva
- Razumevanje pojedinca
- Razumevanje konflikta
- Dinamika tima
- Liderstvo tokom realizovanja promene
- Lider kao davalac motivacije i vizionar
- Liderstvo petog nivoa
- Situaciono liderstvo

Modul 5: Inovacije i kreativno razmišljanje



12 sati obuke

Cilj Modula je da podstakne polaznike na drugačije razmišljanje, kao i da ih nauči tehnikama kojima se podstiču kreativno razmišljanje i inovacije. Modul podstiče polaznike da veruju u ideju da se status quo u organizaciji može promeniti novim idejama i kvalitetnijim angažovanjem pojedinaca.

Pomenuti cilj se ostvaruje tako što se polaznicima ukazuje, odnosno tako što polaznici usvajaju stav da inovacije nisu

opcija koja im stoji na raspolaganju, već da predstavljaju neophodan uslov za ostvarivanje konkurentske prednosti. Kreativno razmišljanje predstavlja veštinu koja se posebnim tehnikama razvija, a koju će polaznici biti u prilici da nauče tokom ove radionice. Modul se takođe bavi oblastima kao što su potencijal i alati i tehnike za podršku u odlučivanju (Business Intelligence) unutar kojih postoji prostor za inovacije. Polaznici obuke postaju motivisani za:

- *Drugačije razmišljanje*
- *Usvajanje tehnika kojima se razvija drugačije razmišljanje i koje se mogu primenjivati svakodnevno*
- *Razumevanje procesa kojim se generišu nove ideje*
- *Razumevanje načina kojim se premošćavaju prepreke u različitim oblastima poslovanja*
- *Inovacije i promene unutar timova*
- *Razumevanje procesa kojim se nove ideje razmatraju i sprovode u delo*

Teme koje se obrađuju:

- Zašto uvoditi inovacije?
- Razumevanje inovacija
- Izazovi uvođenja inovacija u 21. veku, koji je vek brzih promena
- Inovacije kao konkurentska prednost
- Prepreke prilikom uvođenja inovacija (Vežbanje br.1)
- Prepoznavanje mentalnog sklopa (načina razmišljanja) i sprečavanje nastanka mentalne blokade
- Stavovi polaznika - ključni faktori uspeha vezani za inovacije
- Kultura i razmena
- Teorijski pristupi - modeli
- Veza između kreativnog razmišljanja i inovacija
 - o Inovacije zasnovane na sposobnosti
 - o Od problema do rešenja
 - o Sistematično inventivno razmišljanje (rešavanje problema)
 - o Organizacija časa - fokus na kompaniji
- Razmena ideja i saradnja
- Sprečavanje brzog prosuđivanja
- Zaključci



**12 sati
obuke**

Modul 6: Marketing u eri digitalnih tehnologija

Pozicioniranje na tržištu, kombinovanje tzv. “off-line” i “on-line” marketinških taktika; korišćenje društvenih mreža u poslovne svrhe, bitnost sadržaja i video zapisa i uspostavljanje ravnoteže između njih; upravljanje odnosima sa kupcima putem softverskih sistema tj. aplikacija koje služe za automatizaciju rada. Marketinška aktivnost podrazumeva identifikovanje i zadovoljenje potreba i

želja građana kao potrošača putem odgovarajućeg “marketing miksa”. Tokom ovog modula pažnja se usmerava na analizu spoljnih faktora koji utiču na rad organizacije (iz perspektive marketinga), kao i na analizu kupaca i konkurencije. Osim toga, obrađuju se oblasti kao što su brendiranje, internet marketing, marketing putem društvenih mreža i

drugi pojmovi i ideje. Na tržištu je primetan prelazak na vizuelnu sliku (video reklama) i tzv. content marketing (marketing sadržaja) pa se ovi pojmovi, uz ostale bitne trendove, predstavljaju u toku modula. Polaznici obuke stiču mogućnost da primene različite marketinške alate i teorije na primere iz života.

Teme koje se obrađuju:

- Proces marketinga
- Marketinško istraživanje
- Pozicioniranje na tržištu
- Segmentacija kupaca
- Marketing miks (7 P) – uz poseban naglasak na elemente kao što su cena i distribucija
- Brendiranje (kroz prizmu zaštitnog znaka)
- Internet marketing
- Viralni marketing
- Teorija „šest I elemenata“ (6 I's theory)
- CRM sistem za upravljanje klijentima i korist od njega
- Dodatna vrednosti i lojalnost + koncept društveno odgovornog poslovanja
- Marketing i društvene mreže



Modul 7: Upravljanje projektima u svakodnevnom poslovanju

12 sati obuke

Modul je kreiran na način da polaznicima omogući razumevanje načina i pristupa upravljanju projektima u svakodnevnom poslovanju. Cilj modula je da polaznicima pomogne da kreiraju jedinstven pristup rešavanju problema prilikom upravljanja projektima. Osim toga, modul je kreiran na način da pomogne polaznicima da smanje stres prilikom upravljanja projektima, kao i da povećaju izgleda da projekat bude realizovan u predviđenom roku, u okviru planiranog budžeta i u skladu sa očekivanim kvalitetom.

Kroz praktična vežbanja polaznici se upoznaju sa najvažnijim alatima i tehnikama za upravljanje projektima i uče

da teorijske modele povezuju sa praktičnim iskustvom.

U toku modula pažnja se posvećuje sledećim oblastima:

- Pokretanje, planiranje, realizacija, nadzor i kontrola projekta, kao i zatvaranje projekta
- Razumevanje zahteva interesnih strana i upravljanje njihovim očekivanjima
- Upravljanje projektom u skladu sa strategijom organizacije
- Razumevanje postupaka potrebnih za uspešnu realizaciju projekta

Teme koje se obrađuju:

- Uvod u upravljanje projektima – kreiranje zajedničkog jezika
- Dužnosti i obaveze
- Uobičajeni problemi
- Rad uz prisutna projektna ograničenja
- Životni ciklus projekta
- Iniciranje projekta
- Planiranje projekta
- Realizacija projekta
- Nadzor i kontrola projekta
- Zatvaranje projekta

Modul 8: Osnove računovodstva i finansijski menadžment

**12 sati
obuke**

Modul nastoji da ukaže polaznicima na osnovne principe računovodstva i finansija budući da je reč o oblastima sa kojima bi trebalo da budu upoznati svi koji se bave poslovnim aktivnostima. Tokom modula se razmatraju oblasti kao što su budžet, analiza finansijskih

izveštaja, kao i pojmovi kao što su: sredstvo, kapital, dobit, prihod, marža, dividenda, tokovi gotovine i ostali pojmovi (videti u daljem tekstu).



Teme koje se obrađuju:

- Strategija i finansijska strategija
- Uloga Službe finansija u savremenim kompanijama
- Računovodstvo i računovodstveni ciklus
- Razumevanje finansijskih izveštaja:
 - o Bilans uspeha
 - o Bilans stanja
 - o Tokovi gotovine
- Međunarodni standardi finansijskog izveštavanja
- Donošenje finansijskih odluka
- Vertikalna analiza finansijskih izveštaja i analiza trendova
- Racio analiza:
 - o Pokazatelji profitabilnosti
 - o Upravljanje i pokazatelji efikasnog upravljanja obrtnim sredstvima
 - o Pokazatelji likvidnosti
- Procena vrednosti ulaganja i vremenska vrednost novca
- Budžet, kontrola budžeta i razumevanje odstupanja



Modul 9: Rekapitulacija

Izrada plana poslovanja, odnosno analize poslovanja +
Probna provera znanja / analiza slučaja uz pomoć mape ©
(Analiza mape poslovanja)

8 sati obuke

U toku modula delovi programa se sastavljaju u celinu kao “slagalica”. Opšte je poznato da mnogi programi obuka koji se sastoje iz modula ne povezuju iste u celinu, tako da polaznici programa nikada ne shvate gde, kada i kako se elementi modula prožimaju, odnosno utiču jedni na druge.

Pomoću analize mape poslovanja svi polaznici programa su u mogućnosti da steknu razumevanje o skupu pravila i zakonitosti koji se odnose na program obuke i organizaciju. U toku modula se razmatra i tzv. “Balance Scorecard” tj. pregled stanja u preduzeću čiji se rezultati koriste kao merilo odnosno kriterijum za ocenjivanje poslovanja, i polaznicima se na kraju predstavlja primer tzv. “preduzetničkog razmišljanja”.

Kao polazna tačka za izradu analize slučaja prikazuje se nekoliko slučajeva.

PwC Akademija



Doživi znanje!

PwC Akademija je obrazovni deo globalne mreže kompanija PricewaterhouseCoopers (PwC). PwC Akademiju čine stručnjaci sa iskustvom koji polaznicima prenose iskustva i znanja koja i sami redovno koriste u svakodnevnoj praksi.

Klijentima nudimo različite programe obuka za sticanja znanja i veština potrebnih u savremenom poslovanju. Ponuda obuka je koncipirana na osnovu iskustava naših eksperata i globalne

organizacije PwC. Programi obuke se oblikuju u skladu sa potrebama savremenog poslovanja i zahtevima klijenata.

PwC Akademija u Srbiji deo je rastuće mreže PwC Akademija koje u ovom trenutku postoje u više od 30 zemalja Evrope. Kroz mrežu PwC Akademija vršimo kontinuiranu razmenu i praktičnu primenu znanja, iskustava, kompetencija i metodologija.

Programi obuke su podeljeni u 4 grupe:

- Stručna znanja i veštine (znanja u oblasti finansija i računovodstva, oporezivanja i upravljanja projektima)
- Veštine lične efikasnosti (upravljačke veštine i tzv. „soft skills“ - meke, suptilne, komunikacijsko-odnosne veštine)
- Međunarodno priznate profesionalne kvalifikacije (ACCA, DipIFR, CIPD, PMP, CIA)
- Posebni edukativni programi (Mini MBA, programi obuke kreirani prema zahtevima klijenata)

Programi obuke su organizovani kao:

- Otvoreni seminari kojima mogu prisustvovati svi zainteresovani
- Interna obuka prilagođena potrebama pojedinačnih klijenata

Lista obuka u našoj ponudi nije konačna. Mi smo uvek spremni da u saradnji sa klijentima kreiramo nove programe obuke koji će u potpunosti odgovoriti njihovim potrebama. Predavači u PwC Akademiji su naši najbolji stručnjaci koji poseduju najnovija teorijska znanja proverena i

dopunjena iskustvom stečenim u praksi, kao i jedan broj međunarodno priznatih eksperata. Prostor PwC Akademije je osmišljen i opremljen tako da polaznicima obezbedi sve sadržaje potrebne za proces sticanja znanja.



Pozovite nas!

Ukoliko želite da pohađate obuku ili, pak, da saznate nešto više o našim kursovima, profesionalnim kvalifikacijama ili mogućnostima za kreiranje obuke u skladu sa vašim potrebama i željama, posetite nas ili nas direktno pozovite:

PwC Akademija

Tel: + 381 11 3302 100

Fax: +381 11 3302 101

E-mail: theacademy@rs.pwc.com

Omladinskih brigada 88a

Airport City Beograd

11070 Beograd



PwC firms help organisations and individuals create the value they're looking for. We're a network of firms in 159 countries with close to 236,235 people who are committed to delivering quality in assurance, tax and advisory services. Tell us what matters to you and find out more by visiting us at www.pwc.com.

© 2018 PricewaterhouseCoopers doo. All rights reserved. "PwC" refers to the network of member firms of PricewaterhouseCoopers International Limited, each of which is a separate and independent legal entity.