

IV 2023 – II 2024

# EMBA dla Farmacji

Studia Podyplomowe

*I edycja organizowana przez:*



**AKADEMIA**  
EKONOMICZNO-HUMANISTYCZNA  
W WARSZAWIE



# Agenda

**01** | Dlaczego warto?

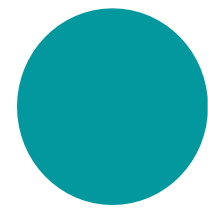
**02.** | Uczestnicy

**03.** | Organizacja

**04.** | Tematyka

**05.** | Wykładowcy

**06.** | Wycena

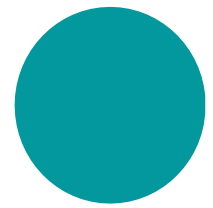


# zaproszenie

Zapraszam na pierwsze takie studia MBA, które zostały zaprojektowane z myślą o Farmaceutach i są uzupełnieniem wykształcenia o aspekty biznesowe, prawne i zarządcze.

Naszym celem jest wyrównanie szans w obszarze biznesowym, podnosząc kompetencje Farmaceutów, z jednoczesnym szacunkiem i wsparciem zarówno misji jak również i etyki zawodu





# Dlaczego warto?

- ❑ Uzyskasz ekspercką wiedzę i praktyczne umiejętności budowania strategicznej wizji i kierunków rozwoju przedsiębiorstwa farmaceutycznego oraz budowania przewagi konkurencyjnej aptek na rynku.
- ❑ Poszerzysz wiedzę z zakresu finansów oraz wskaźników efektywności niezbędnych do analizy sytuacji finansowej i rentowności aptek oraz nauczysz się analizy wskaźników biznesowych.
- ❑ Poznasz i zrozumiesz aspekty funkcjonowania i zmian zachodzących na rynku Pharma e-commerce.
- ❑ Zapoznasz się z narzędziami trade marketingu i negocjacji będących wsparciem sprzedaży i utrzymaniem pozycji WIN-WIN w partnerskiej współpracy producenta i kanału aptecznego.
- ❑ Skorzystasz z doświadczeń autorytetów, trenerów-praktyków TM360, Business Point oraz Akademii Humanistyczno Ekonomicznej w Warszawie specjalizujących się w branży farmaceutycznej.
- ❑ Będziesz pracować warsztatowo w małych grupach.
- ❑ Uzyskasz Dyplom ukończenia Studiów **Executive Master Business for Pharmacy.**

# Organizacja studiów EMBA dla farmacji

## CZASTRWANIA

**kwiecień 2023 - luty 2024**

*2 semestry*



## TRYB

**zaoczny**

*10 dwudniowych spotkań*



## MIEJSCE

**Akademia  
Ekonomiczno - Humanistyczna**

*ul. Okopowa 59, Warszawa*



# TERMINY ZJAZDÓW

Ramowy zakres tematyczny

 	 	 	 	  <p><b>NIEBAWEM</b></p>
<p><b>22-23.04.2023</b></p> <p>Skuteczne przywództwo w zarządzaniu zmianą w niestabilnych czasach „czarnych łabędzi”</p>	<p><b>13-14.05.2023</b></p> <p>Prawne aspekty HR i skuteczne narzędzia HR w farmacji</p>	<p><b>10-11.06.2023</b></p> <p>Strategiczne zarządzanie firmą i działem</p>	<p><b>17-18.06.2023</b></p> <p>Skuteczne narzędzia Trade Marketingu w farmacji.</p>	<p><b>wrzesień 2023</b></p> <p>Controlling w farmacji.</p>
 	 	 	 	 
<p><b>październik 2023</b></p> <p>Zarządzanie zespołem operacyjno-sprzedażowym</p>	<p><b>listopad 2023</b></p> <p>Odpowiedzialność Zarządu w Radach Nadzorczych.</p>	<p><b>grudzień 2023</b></p> <p>E-commerce w farmacji. Jak wykorzystać najszybciej rosnący segment rynku?</p>	<p><b>styczeń 2024</b></p> <p>Negocjacje strategiczne.</p>	<p><b>luty 2024</b></p> <p>Wizerunek publiczny. Sztuka występów publicznych.</p>

# Zjazd 1: Skuteczne przywództwo w czasach

## "czarnych łabędzi"

- Efektywna i perswazyjna komunikacja przywódcza
- Pojęcie autorytetu lidera (przywódcy) i narzędzia pozwalające go skutecznie zbudować
- Różne modele i paradygmaty przywództwa w biznesie Przywództwo, a zarządzanie zmianą
- Cykl zmiany i fazy przechodzenia przez zmianę
- Model zarządzania zmianą w ujęciu prof. Johna Kottera
- Przywództwo a zarządzanie zmianą, czyli jak efektywnie kreować w firmie kulturę odpowiedzialności

# Zjazd 2: Prawne aspekty HR

## i skuteczne narzędzia HR w farmacji

- Rodzaje umów i wynikające z nich zasady zatrudniania pracowników.
- Reguły pracy zdalnej.
- Zmiany w przepisach urlopowych.
- Proces rekrutacji pracowników.
- Rozwój pracowników i ścieżki karier.
- Jak rozstać się z pracownikiem?



# Zjazd 3: Zarządzanie strategiczne firmą i działem .

- Wprowadzenie w zagadnienia dotyczące strategii.
- Wizja, misja, strategia, cele w praktyce.
- Rodzaje strategii i zarządzanie strategiczne.
- Praktyczne znaczenie zarządzania strategicznego na poziomie działu.
- Wartości, strategia – synergia.
- Próba określenia strategicznego zarządzania w farmacji – ćwiczenia.

# Zjazd 4. Strategie i narzędzia

## trade marketingowe w farmacji.

- Założenia marketingu farmaceutycznego w odniesieniu do strategii firmy.
- Prezentacja wybranych strategii marketingowych zastosowanych w farmacji.
- Proces zarządzania kategorią w odniesieniu do produktów farmaceutycznych.
- Merchandising – zasady organizacji powierzchni apteki.
- Proces budowania ekspozycji (planogramów) kategorii.
- Pricing jako element właściwego pozycjonowania rynkowego.

# Zjazd 5: Controlling w farmacji.

- Elementy sprawozdawczości finansowej w farmacji.
- Wprowadzenie regulacji prawnych sprawozdań finansowych.
- Przydatność sprawozdań finansowych dla niefinansisty.
- Zasoby majątkowe i kapitałowe prezentowane w sprawozdaniu.
- Zasady ustalania wyniku finansowego.
- Przygotowanie uproszczonych sprawozdań finansowych - praca w grupach.
- Podstawy controllingu operacyjnego.
- Znaczenie i klasyfikacja kosztów w organizacjach.
- Sprawozdawcze ujęcie kosztów.
- Rachunek kosztów pełnych a rachunek kosztów zmiennych.
- Wybrane nowoczesne podejścia do zarządzania kosztami.

# Zjazd 6: Zarządzanie zespołem operacyjno-sprzedażowym na rynku farmaceutycznym.

- Rynek farmaceutyczny na tle dynamicznych zmian
- Budowanie kompetencji operacyjno-sprzedażowych zespołu
- Matryca możliwości sprzedażowych
- Podstawy matematyki handlowej
- Nadzorowanie i realizowanie sprzedaży na rynku farmaceutycznym
- Business Intelligence: monitorowanie rynku i konkurencji

# Zjazd 7: Odpowiedzialność Zarządu w Radach Nadzorczych.

- Wprowadzenie do tematyki odpowiedzialności
- Zarząd i Rada Nadzorcza jako organy spółek kapitałowych
- Odpowiedzialność za szkodę: wobec wierzycieli, względem spółki
- Odpowiedzialność za zobowiązania cywilnoprawne spółki
- Odpowiedzialność za zobowiązania publicznoprawne spółki
- Odpowiedzialność za wykroczenia i przestępstwa skarbowe
- Warsztaty praktyczne – omówienie konkretnych przypadków i rozwiązywanie kazusów

# Zjazd 8: E-commerce w farmacji.

## Jak wykorzystać najszybciej rosnący segment rynku? Badania marketingowe i dane rynkowe - teoria i praktyka w organizacji

- Rynek pharma e-commerce w Polsce
- Zrozumieć e-commerce czyli skąd pochodzą zamówienia i zyski w e-aptece?
- Pharma e-commerce z perspektywy producenta
- Uruchomienie i prowadzenie e-apteki – kluczowe aspekty
- Badania marketingowe w organizacji
- Rynek badań w Polsce, zwłaszcza na rynku farmaceutycznym
- Badania ilościowe i jakościowe
- Projektowanie badań rynkowych
- Raporty i narzędzia BI

# Zjazd 9: Negocjacje strategiczne.

- Wprowadzenie do zagadnienia negocjacji.
- Zastosowanie modelu Negocjacji Strategicznych w praktyce zawodowej.
- Przygotowanie do negocjacji strategicznych.
- Trudne sytuacje w negocjacjach.
- Źródła siły w negocjacjach.
- Budowanie postawy skutecznego negocjatora.

# Zjazd 10: Wizerunek publiczny.

## Sztuka wystąpień publicznych.

- Stres i trema – ich znaczenie dla osób występujących publicznie
- Autoprezentacja – czynniki wpływające na odbiór występującego
- Przygotowanie wystąpienia publicznego
- Mowa ciała i proksemika w wystąpieniach publicznych
- Narzędzia multimedialne i ich rola w wystąpieniach publicznych
- Wywieranie wpływu na słuchaczy
- Motywacja i zaangażowanie – ich rola i znaczenie w wystąpieniach publicznych
- Pytania, negacja i dyskusja w trakcie i po wystąpieniu publicznym
- Ocenianie i analizowanie wystąpień publicznych cudzych i własnych



# WYKŁADOWCY



## mgr Roman Szymczak\_MBA

**Prezes Zarządu TM360 Organizator i Opiekun  
Merytoryczny Studiów MBA FARMACJA**

Od wielu lat trener biznesu i ekspert trade marketingu farmaceutycznego. Zrealizował dziesiątki projektów szkoleniowo – doradczych w farmacji począwszy od wprowadzenia produktów na rynek, budowania standardów i strategii pricingowych, przez szkolenia dla KAMów, KASów, farmaceutów i właścicieli aptek. Piastował stanowiska Managera w takich firmach jak: Makro Cash & Carry, Tradis, Kaufland. Zdobywał rynki krajowe i międzynarodowe jako Commercial Director w holenderskiej firmie zajmującej się dystrybucją narzędzi. Jako Prezes Zarządu zarządzał siecią sklepów detalu własnego i franczyzowego jednej z wiodących w Polsce spółek w branży FMCG. Ukończył Zarządzanie i Marketing UMCS w Lublinie oraz studia MBA University of Illinois. Uczestnik studiów podyplomowych Master Class of Management – Psychologia Działań Menadżerskich SWPS w Warszawie. Laureat prestiżowej nagrody konkursu Trener Sprzedaży 2015 Polish National Sales Awards. Autor książek:

- Merchandising w aptece – jak dostosować aptekę do oczekiwań pacjenta,
- Pricing – jak zarządzanie ceną może zwiększyć zyski w detalu,
- Merchandising – zarządzanie kategorią w punkcie sprzedaży.

Doświadczenie w branży farmaceutycznej: Gemini, PGF, Neuca, Sanofi, Polpharma, Same Dobre Apteki, Apteki Codzienne, Stada, Hasco, Apteki Różane, Angelini, Teva, Thea, Pfizer, Aurovitas, Naos, Super-Pharm, Nowa Farmacja, Paso Trading, Olimp Labs, Haleon, Baush, itp



## mgr Marcin Wysoki

**Dyrektor ds. Rozwoju Business Point oraz  
Organizator Studiów MBA FARMACJA**

Ekspert z ponad 14-letnim doświadczeniem w obszarze detalicznej dystrybucji farmaceutycznej w segmencie sprzedaży aptecznej. Przez wiele lat odpowiadała za dział zakupów w jednej z ogólnopolskich sieci aptek. Dzięki szerokiej wiedzy i wieloletniemu doświadczeniu, umiejętnie wykorzystuje dane z rynku farmaceutycznego do rozwoju narzędzi analitycznych, a także rozmów z klientami w oparciu o które wspiera ich w podejmowaniu decyzji biznesowych. Od ponad 4 lat zawodowo związana z polskim oddziałem IQVIA, gdzie odpowiada za kompleksową współpracę z aptekami z rynku tradycyjnego i nowoczesnego, a także hurtowniami farmaceutycznymi.



**dr Paweł Pawłowski**

30 lat praktyki biznesowej i doświadczenie managerskiego, które zdobywał pracując dla dużych korporacji: AchieveGlobal, Mercuri International Poland, Harvard Business Review, ICAN Institute, Sandler Training International, House of Skills. Ceniony ekspert w dziedzinie Psychologii Biznesu. Poprzez działania doradczo – szkoleniowe wspiera klientów w zwiększaniu efektywności sprzedaży, negocjacji, obsługi klienta i zarządzania. Zajmuje się definiowaniem potrzeb szkoleniowych, przygotowywaniem i realizacją projektów szkoleniowych. Pracując dla wielu firm związanych z branżą szkoleniowo – doradczą, poprowadził ponad 1750 dni szkoleniowych i coachingowych, dedykowanych, praktycznie, wszystkim sektorom biznesu, ze szczególnym uwypukleniem firm farmaceutycznych, banków, firm ubezpieczeniowych oraz przedsiębiorstw produkcyjnych. Szczególnie mocno doświadczony w obszarze Executive Coaching oraz w prowadzeniu warsztatów z szeroko rozumianego zakresu zarządzania siłami sprzedaży. Doświadczenie w branży farmaceutycznej – projekty realizowane dla członków zarządu (executive coaching), jak również dla działów sprzedaży (management oraz sales force): Eli Lilly, Sanofi Aventis, Abbott Laboratories, Amgen, GlaxoSmithKline, Boehringer Ingelheim, Astra – Zeneca, BMS, UCB Pharma, US Pharmacia, Adamed, Ivax-Polfa, WZF Polfa, Stada Pharma, Polpharma.



**mgr Artur Dłubak**

Praktyk biznesu z ponad 30-letnim doświadczeniem zdobytym w kanale nowoczesnym i tradycyjnym FMCG/DIY, podczas pracy na 4 kontynentach w środowisku zarówno małych firm jak i dużych korporacji. Pełnił różne funkcje: od dyrektora hipermarketów, przez supply chain, sprzedaż & marketing aż do dyrektora generalnego, w takich firmach, jak m.in.: Metro, Tesco, Leroy Merlin, Pieriekriostok, Dixy, Kreisel, Megapolis, Barlinek. Na co dzień doradza firmom w zakresie sposobów wychodzenia z kłopotów, w budowaniu skutecznych struktur zarządzania, a także w rozwoju sił sprzedaży i zakupów. Jako trener i coach rozwija kompetencje kadry menedżerskiej, m.in. pod kątem szybkiego i skutecznego działania, oraz optymalizacji procesów decyzyjnych. Celuje we wprowadzaniu innowacji i zmiany, oraz kształceniu liderów. Wyznaje zasadę, iż nie ma rzeczy niemożliwych, a firmy są na tyle skuteczne, na ile kompetentni są w nich ludzie. Wybrane doświadczenie w branży farmaceutycznej: Bayer, GSK, Perrigo, KRKA, Adamed, Herbapol, Johnson&Johnson.



**mgr farm**  
**Grzegorz Głowiak**

Farmaceuta związany z e-commerce i e-marketingiem od 2004 roku. W latach 2005–2011 – Dyrektor d/s promocji i rozwoju Domzdrowia.pl SA – pierwszej polskiej e-apteki, gdzie tworzył m.in. udaną koncepcję internetowego drugstore – połączenia w jednym serwisie apteki i drogerii internetowej. Obecnie właściciel agencji Freshpharma, świadczącej usługi e-commerce dla branży farmaceutycznej. Wraz z zespołem, w ostatnich latach zaangażowany w tworzenie i realizację kilkudziesięciu projektów e-marketingowych i sprzedażowych dla aptek internetowych, serwisów click&collect, hurtowni farmaceutycznych i producentów. Autor prowadzący bloga eapteki.info. Specjalizuje się w tworzeniu kompleksowych strategii rozwoju e-commerce zarówno dla aptek, hurtowni jak i producentów. E-commerce, jako obszar wielozadaniowy i dotyczący bardzo wielu aspektów funkcjonowania firmy (handel, marketing, HR, PR, prawo) wymaga przemyślanych, długofalowych koncepcji – aby w długim terminie mógł przynosić wymierne rezultaty. W ostatnich 10 latach miałem przyjemność współtworzenia i realizowania ponad 50 takich projektów, w których satysfakcję dają zarówno rosnące wyniki finansowe Klientów, jak również ich świadomość i profesjonalizacja pracy w obszarze e-handlu. Doświadczenie w branży farmaceutycznej: Producenci: Adamed, Angelini, Bausch Health, Berlin-Chemie, Hasco-Lek, Nutricia, Nutropharma, Polfa Warszawa, Pfizer, Recordati, USP Zdrowie, Teva, Zentiva, Apteki / hurtownie: Apteka Dla Rodziny, Apteka Galen, Apteka Słoneczna24, E-Medest, Hurta Medicare-Galenica (Allecco), Neuca, Nowa Farmacja, Slawex.



**mgr Magdalena Marciniak**  
**IQVIA**

Associate Director, Supplier Services – IQVIA. Ekspert z ponad 14-letnim doświadczeniem w obszarze detalicznej dystrybucji farmaceutycznej w segmencie sprzedaży aptecznej. Przez wiele lat odpowiadała za dział zakupów w jednej z ogólnopolskich sieci aptek. Dzięki szerokiej wiedzy i wieloletniemu doświadczeniu, umiejętnie wykorzystuje dane z rynku farmaceutycznego do rozwoju narzędzi analitycznych, a także rozmów z klientami w oparciu o które wspiera ich w podejmowaniu decyzji biznesowych. Od ponad 4 lat zawodowo związana z polskim oddziałem IQVIA, gdzie odpowiada za kompleksową współpracę z aptekami z rynku tradycyjnego i nowoczesnego, a także hurtowniami farmaceutycznymi.



**mgr Zbigniew  
Zduleczny**

Doświadczony Menedżer i Trener. Wieloletnie doświadczenie biznesowe w pracy w zagranicznych koncernach:

- Marketing przemysłowy – IBM w Holandii
- Sprzedaż produktów inwestycyjnych – USA, firmy: General Electric, Ford, Philadelphia Gear,
- Zarządzanie spółkami zagranicznymi – Europa, USA, Azja i Ameryka Płd.,
- Zakładanie firmy od podstaw – Fed. Rosyjska: Media Markt
- Sprzedaż elektroniki użytkowej – Philips, Media Markt, Panasonic, LG,
- Wprowadzanie e:commerce.

Zakres doświadczenia: zarządzanie organizacjami, planowanie, budowanie strategii, zarządzanie zespołami, sprzedaż, budżetowanie, zakupy, audyt, marketing. Zarządzanie w obszarze: B2B (produkty inwestycyjne), B2C (elektronika użytkowa).

Pełnione funkcje: Szef sprzedaży/zakupów, Członek rad nadzorczych, Dyrektor Generalny, Dyrektor ds. operacyjnych (COO).

Działalność szkoleniowa dla firm: kursy biznesowe, rozwiązania w dziedzinie handlu detalicznego elektroniką użytkową, zakupy, sprzedaż, praktyczne metody zarządzania zespołami/biznesem, planowanie, audyt zakupowy. Doświadczenie w pracy na rynkach międzynarodowych, w tym: USA, Europy, Rosji, Polski; w firmach z Holandii, Niemiec, Japonii i Korei Płd. (Philips, Media Markt, Panasonic)



**dr Marek  
Zajic**

Ekspert badań rynkowych i społecznych, moderator, analityk i koordynator badań jakościowych i ilościowych. Realizował projekty dla największych polskich firm badawczych, TNS OBOP, GFK Polonia, Millword Brown, 4P Mix Research a także dla mniejszych podmiotów specjalistycznych. Aktualnie związany z Agencją Fast Solutions. Doradca Think Thanku branżowego Stowarzyszenia Agencji Public Relations oraz Instytutu Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego. Autor i współautor licznych artykułów, analiz, raportów badawczych, dokumentów strategicznych oraz publikacji naukowych w obszarach satysfakcji pracowników i klientów, znajomości i wizerunku marki, pomiaru skuteczności przekazów medialnych i monitoringu mediów.



**dr hab. Ewa Wanda  
Maruszewska**

Profesor uczelni w Katedrze Informatyki i Rachunkowości Międzynarodowej na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach. Jest członkiem European Accounting Association, Stowarzyszenia Księgowych w Polsce, dyplomowanym księgowym oraz doradcą podatkowym. Posiada kilkunastoletnie doświadczenie praktyczne w prowadzeniu rachunkowości finansowej oraz w organizacji rachunkowości zarządczej na stanowiskach kierowniczych, doradczych i eksperckich. Autorka i współautorka opracowań naukowych zarówno krajowych, jak i zagranicznych, z elementami praktyki. W pracy badawczej zajmuje się problematyką rachunkowości finansowej i zarządczej, ze szczególnym uwzględnieniem sprawozdawczości finansowej, zagadnień etyki zawodowej w rachunkowości, jak również unikania i uchylania się od opodatkowania



**dr Paweł Złamańczuk**

Doktor nauk prawnych, radca prawny. Specjalizuje się w obsłudze prawnej podmiotów leczniczych. Posiada wieloletnie doświadczenie w zakresie przygotowywania oraz opiniowania umów, sporządzania ekspertyz i opinii prawnych oraz zastępstwa procesowego. Jego doświadczenie oraz zainteresowania obejmują w szczególności prawo administracyjne, prawo ochrony danych osobowych, publiczne prawo ochrony zdrowia oraz prawo medyczne.

Celem przedmiotu „Prawo umów w biznesie” jest uzyskanie wiedzy i umiejętności w zakresie sporządzania umów, ich zrozumienia oraz dokonania oceny postanowień zawartych w umowach. Przedmiot „Prawo umów w biznesie” obejmuje zagadnienia związane z zawieraniem umów, ich strukturą, określeniem obowiązków stron umowy, wykonywaniem umów oraz rozwiązaniem umów. Szczegółowym celem przedmiotu "Prawo umów w biznesie" jest zapoznanie uczestników studiów z umowami zawieranymi na gruncie Prawa farmaceutycznego.



**dr Małorzata Śliwka**  
**Wykładowca akademicki**

Doktor nauk prawnych z doświadczeniem dydaktycznym na wielu uczelniach wyższych, od lat skutecznie łączy pracę naukową z praktyką w ramach wykonywania zawodu radcy prawnego. Od dziesięciu lat specjalizuje się w obsłudze prawnej podmiotów leczniczych. Prywatnie pasjonatka grafiki komputerowej, gier planszowych i fantastyki.



**mgr Agnieszka Mosór**  
**Wykładowca akademicki**

Absolwentka Wydziału Romanistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz Europejskiego Studium Dziennikarstwa École Supérieure de Journalisme de Lille – Uniwersytet Warszawski. Współpracowała z Gazetą Wyborczą oraz Inforadiem (TOK FM). W latach 2010–2013 dla RFI (Radio France Internationale) relacjonowała wydarzenia z Polski. W Telewizji Polsat od 1998 do 2022 roku. W Wydarzeniach jako reporterka zajmowała się głównie tematyką polityczną i gospodarczą. Prowadziła również Graffiti w Polsat News. Obecnie wykładowca akademicki na Akademii ekonomiczno–Humanistycznej w Warszawie.

## OPIEKUN DLA OIA WARSZAWA



**MONIKA SZUDROWICZ**

m.szudrowicz@TM360.PL

515-917-991

## TWOJA INWESTYCJA

KOSZT STUDIÓW  
16.900 PLN

Zgłoś się do opiekuna  
rekrutacji dla uczestników rekomendowanych przez  
OIA WARSZAWA I UZYSKAJ RABAT

**- 2000 PLN**

Całkowity koszt studiów 14.900 PLN\*