

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2022/2023 FORMA STUDIÓW: STACJONARNA						
INFORMACJE OGÓLNE						
1. Nazwa przedmiotu STRATEGIE PRZEDSIĘBIORSTW						
2. Nazwa kierunku Ekonomia						
3. Poziom kształcenia: studia drugiego stopnia						
4. Liczba punktów ECTS 4						
5. Liczba godzin w semestrze						
semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
III - zimowy	15	15				
6. Język wykładowy polski						
7. Wykładowca dr Konrad Żak – wykład, mgr Katarzyna Dostaw - ćwiczenia						
INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE						
8. Wymagania wstępne						
1. Podstawowe wiadomości z zakresu makroekonomii i mikroekonomii						
2. Podstawowa wiedza z zakresu zarządzania i marketingu						
9. Cele przedmiotu						
C1 Wyjaśnienie istoty i przedmiotu zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwie						
C2 Zapoznanie z procesem zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwie						
C3 Zapoznanie z podstawowymi metodami analizy strategicznej i zagadnieniami formułowania i implementacji strategii						
C4 Wykształcenie u studentów zdolności praktycznego zastosowania podstawowych instrumentów zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwie						
10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych						
Student, który zaliczył przedmiot:					odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
WIEDZA						
EU01	zna istotę, przedmiot, cele, zasady, główne podejścia i etapy zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwie				K_W12, K_W14	
EU02	zna definicję pojęcie strategii, omawia jej funkcje, rodzaje, podejścia i etapy formułowania, wdrażanie oraz korzyści organizacji wynikające z posiadania strategii				K_W12, K_W14	
EU03	wymienia i charakteryzuje podstawowe metody oraz cechy i zakres analizy strategicznej oraz planowania strategicznego				K_W12, K_W14	
UMIEJĘTNOŚCI						

EU04	potrafi zastosować podstawowe metody analizy strategicznej i planowania strategicznego w celu rozwiązania wybranych problemów zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwie	K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U07, K_U12, K_U13, K_U14, K_U15
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
EU05	jest gotów współpracować w grupie, selekcjonować informacje celem rozstrzygania praktycznych dylematów zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwie	K_K03, K_K04, K_K07, K_K09
11. Treści programowe		
Forma zajęć		
<p>Wykłady</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Geneza, istota i zasady zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwie 2. Ewolucja strategii przedsiębiorstw – szkoły zarządzania strategicznego 3. Diagnoza strategiczna – analiza makrootoczenia 4. Diagnoza strategiczna – analiza otoczenia konkurencyjnego 5. Diagnoza strategiczna – struktura podmiotowa otoczenia 6. Diagnoza strategiczna – analiza potencjału organizacji 7. Pozycjonowanie strategiczne – ujęcie konkurencyjne 8. Formułowanie strategii 9. Metody portfelowe 10. Typy strategii <p>Ćwiczenia</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategia jako sposób działania przedsiębiorstwa na rynku. Pojęcie zarządzania strategicznego. Zakres i wykorzystanie analizy strategicznej. Misja, wizja firmy – studium przypadku 2. Diagnoza makrootoczenia. Makrootoczenie i jego składniki. Analiza makrootoczenia - metoda bezscenariuszowa – studium przypadku 3. Diagnoza makrootoczenia. Makrootoczenie i jego składniki. Metoda PEST. Analiza makrootoczenia - metoda scenariuszowa. Analiza makrootoczenia na przykładzie wybranego sektora - studium przypadku 4. Analiza otoczenia konkurencyjnego. Analiza atrakcyjności sektora według modelu Portera. Ocena punktowa atrakcyjności sektora. Budowanie mapy grup strategicznych. Analiza mikrotooczenia na przykładzie wybranego sektora - studium przypadku 5. Diagnoza strategiczna przedsiębiorstwa. Zastosowanie metody SWOT/TOWS do określenia pozycji rozwojowej wybranego przedsiębiorstwa – studium przypadku 6. Diagnoza strategiczna przedsiębiorstwa. Punktowa ocena kluczowych czynników sukcesu. Analiza profili konkurencyjnych przedsiębiorstw. Cykl życia produktu. Praktyczna budowa macierzy BCG i GE dla grup produktowych wybranego przedsiębiorstwa – studium przypadku 7. Tworzenie i wdrażanie strategii 		
12. Narzędzia/metody dydaktyczne		
1. Wykład z prezentacją multimedialną		
2. Rozwiązywanie problemów decyzyjnych		
3. Studium przypadku		
13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe)		
1. Aktywność na zajęciach - rozwiązywanie problemów decyzyjnych i dyskusja		
2. Kolokwium częstkowe – realizacja cyklicznych zadań praktycznych		
3. Egzamin pisemny		
14. Obciążenie pracą studenta		
Forma aktywności		liczba godzin
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje		40
2. Nakład pracy studenta		60
suma		100

liczba punktów ECTS	4
15. Literatura	
Literatura podstawowa:	
1. Berliński L., Penc-Pietrzak I., Inżynieria projektowania strategii przedsiębiorstwa. Konstrukcja i technologia, Difin, Warszawa 2004.	
2. Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 2017.	
3. Griffin R. W., Podstawy zarządzania organizacjami, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2017.	
4. Obłój K., Strategia organizacji: w poszukiwaniu trwałej przewagi konkurencyjnej, PWE, Warszawa 2007.	
5. Pierścionek Z., Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.	
6. Porter M. E., Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów, MT Biznes, Warszawa 2010.	
7. Romanowska M., Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie, PWE, Warszawa 2017	
8. Stabryła A., Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszaw – Kraków 2011.	
Literatura uzupełniająca:	
1. Ignacy J. i in., Praktyka zarządzania strategicznego: studia przypadków, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2012.	
2. Janasz K., Janasz W., Kozioł K., Szopik-Depczyńska K., Zarządzanie strategiczne. Koncepcje, metody, strategie, Wydanie 2, Difin, Warszawa 2010.	
3. Łobejko S., Pierścionek Z. (red.), Zarządzanie strategiczne w praktyce polskich przedsiębiorstw, Szkoła Główna Handlowa. Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2011.	
4. Kotler Ph., Caslione J. A., Chaos. Zarządzanie i marketing w erze turbulencji, MT Biznes, Warszawa 2009.	
5. Penc-Pietrzak I., Planowanie strategiczne w nowoczesnej firmie, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2010.	
6. Stępień-Jurek S., Strategie rozwoju przedsiębiorstw: metody analizy-przykłady, Szkoła Główna Handlowa. Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2007.	
7. Strategor, Zarządzanie firmą. Strategie, struktury, decyzje, tożsamość, PWE, Warszawa 2001.	
8. Lynch R., Strategic Management, Pearson Education, 2018.	
16. Formy oceny – szczegóły	
<p><i>Egzamin ma charakter testu z pytaniami zamkniętymi.</i></p> <p><i>Ocena końcowa z ćwiczeń wystawiana jest na podstawie pracy nad przykładowymi przypadkami dotyczącymi tematu zajęć (praca indywidualna oraz w grupach) oraz aktywność studenta. Ocena pozytywną można otrzymać wyłącznie pod warunkiem udzielenia 51% poprawnych odpowiedzi oraz aktywnym uczestnictwem w zajęciach. UZYSKANIE POZYTYWNEJ OCENY Z ĆWICZEŃ JEST WARUNKIEM PRZYSTĄPIENIA DO EGZAMINU.</i></p>	
17. Inne przydatne informacje o przedmiocie	
1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela Prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji.	
2. Zajęcia odbywać się będą w AB.	
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć.	
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem.	