



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	Z-EKON2-U-310a
Nazwa przedmiotu	Programowanie I planowanie strategiczne
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Strategic programming and planning
Obowiązuje od roku akademickiego	2019/2020

USYTUOWANIE MODUŁU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	EKONOMIA
Poziom kształcenia	II stopień
Profil studiów	Ogólnoakademicki
Forma i tryb prowadzenia studiów	Studia niestacjonarne
Zakres	Ekonomia menedżerska
Jednostka prowadząca przedmiot	Katedra Zarządzania i Marketingu
Koordinator przedmiotu	Dr hab. Janusz Kot, prof. PŚK
Zatwierdził	Dr hab. inż. Artur Bartosik, prof. PŚK

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

Przynależność do grupy/bloku przedmiotów	Przedmiot specjalnościowy
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	Polski
Usytuowanie modułu w planie studiów - semestr	Semestr III
Wymagania wstępne	Makroekonomia, Mikroekonomia
Egzamin (TAK/NIE)	TAK
Liczba punktów ECTS	3

Forma prowadzenia zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	inne
Liczba godzin w semestrze	9			9	

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Kategoria	Symbol efektu	Efekty kształcenia	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01	Ma podstawową wiedzę o programowaniu i planowaniu strategicznym oraz formułowaniu strategii i planu strategicznego, jak również jego wdrażaniu i kontroli realizacji	EKO1_W02 EKO1_W04
	W02	Ma pogłębioną wiedzę o metodach analizy makrootoczenia, sektora (branży) oraz wnętrza przedsiębiorstwa i jego pozycji konkurencyjnej	EKO1_W01 EKO1_W04
	W03	Ma pogłębioną i rozszerzoną wiedzę o programowaniu i planowaniu strategicznym oraz formułowaniu strategii i planu strategicznego, jak również jego wdrażaniu i kontroli realizacji, a także o metodach diagnozy i prognozy makrootoczenia, sektora (branży) oraz wnętrza przedsiębiorstwa i jego pozycji konkurencyjnej na tle bliższych i dalszych konkurentów .	EKO1_W10
Umiejętności	U01	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną zdobytą na wykładach i projektach do analizowania makrootoczenia, sektora (branży) oraz wnętrza przedsiębiorstwa i jego pozycji konkurencyjnej	EKO1_U03 EKO1_U04 EKO1_U09
	U02	Potrafi analizować i prognozować procesy i zjawiska związane z makrootoczeniem, sektorem (branżą) oraz wnętrzem przedsiębiorstwa i jego pozycją konkurencyjną wykorzystując odpowiednie metody analizy strategicznej, w tym metody ilościowe z zakresu nauk ekonomicznych.	EKO1_U03 EKO1_U04 EKO1_U05 EKO1_U09
Kompetencje społeczne	K01	Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie w celu podnoszenia swoich kwalifikacji zawodowych z zakresu programowania i planowania strategicznego w przedsiębiorstwie w związku ze zmieniającymi się uwarunkowaniami prawnymi i rynkowymi w skali krajowej i międzynarodowej.	EKO1_K01 EKO1_K09
	K02	Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z pracą zawodową dotyczącą programowania i planowania strategicznego w przedsiębiorstwie w wymiarze krajowym i zagranicznym.	EKO1_K10

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć	Treści programowe
wykład	1. Podstawowe definicje (strategia, planowanie, planowanie strategiczne). Strategia przedsiębiorstwa a plan strategiczny. Zadania i funkcje programowania i planowania strategicznego. Zasady programowania i planowania strategicznego. Elementy i etapy programowania i planowania strategicznego. Metody i założenia planistyczne. Pojęcie, obszary i metody analizy strategicznej.
	2. Rodzaje strategii przedsiębiorstw Strategie ogólne według M.Portera Strategie przedsiębiorstw – opcje strategiczne
	3. Metody heurystyczne (ekspertyzy, „burza mózgów”, konferencje ideowe, metody scenariuszowe (scenariusze stanów otoczenia, scenariusze możliwych zdarzeń, metoda QUEST), model wzajemnego oddziaływania, metoda delficka, foresighting).

	<p>4. Model krzywej doświadczeń. Modele cyklu życia technologii. Analiza faz życia sektora. Modele atrakcyjności sektora (modele STEP/PEST, IPSET). Model pięciu sił M. Portera. Analiza profilu ekonomicznego sektora (potencjału globalizacyjnego sektora).</p>
	<p>5. Model cyklu życia produktu. Model cyklu życia przedsiębiorstwa. Analiza zasobów, bilans strategiczny przedsiębiorstwa. Analiza łańcucha wartości. Model 7S McKinseya. Model łańcucha konsumpcji. Analiza segmentacji strategicznej.</p>
	<p>6. Model luki rozwojowej. Model map (grup) strategicznych (segmentacji strategicznej) sektora. Modele kluczowych czynników sukcesu. „Benchmarking”. Pozycjonowanie strategiczne</p>
	<p>7. Metody macierzowe (portfelowe) analizy przewagi konkurencyjnej (macierze H. Ansoffa, BCG, McKinseya (GE), A. D. Little'a, C. W. Hofera). Analiza SPACE Analiza SWOT. Analiza ASTRA.</p>
	<p>8. Proces formalizacji strategii. Pułapki planowania strategicznego. Wdrażanie strategii. Kontrola realizacji strategii</p>
projekt	<p>1. Wybrane zagadnienia z zakresu: Modele statystyczne. Modele ekonometryczne (modele liniowe). Modele ekonometryczne (modele symulacyjne, modele operacyjne). Gry sytuacyjne.</p>
	<p>2. Wybrane zagadnienia z zakresu: Metody heurystyczne (ekspertyzy, „burza mózgów”, konferencje ideowe, metody scenariuszowe (scenariusze stanów otoczenia, scenariusze możliwych zdarzeń, metoda QUEST), model wzajemnego oddziaływania, metoda delficka, foresighting).</p>
	<p>3. Wybrane zagadnienia z zakresu: Model krzywej doświadczeń. Modele cyklu życia technologii. Analiza faz życia sektora. Modele atrakcyjności sektora (modele STEP/PEST, IPSET). Model pięciu sił M. Portera. Analiza profilu ekonomicznego sektora (potencjału globalizacyjnego sektora).</p>
	<p>4. Wybrane zagadnienia z zakresu: Model cyklu życia produktu. Model cyklu życia przedsiębiorstwa. Analiza zasobów, bilans strategiczny przedsiębiorstwa. Analiza łańcucha wartości. Model 7S McKinseya. Model łańcucha konsumpcji. Analiza segmentacji strategicznej.</p>
	<p>5. Wybrane zagadnienia z zakresu: Model luki rozwojowej. Model map (grup) strategicznych (segmentacji strategicznej) sektora. Modele kluczowych czynników sukcesu. „Benchmarking”. Pozycjonowanie strategiczne Analiza SWOT. Analiza ASTRA.</p>

	6. Wybrane zagadnienia z zakresu: Metody macierzowe (portfelowe) analizy przewagi konkurencyjnej (macierze H. Ansoffa, BCG, McKinseya (GE), A. D. Little'a, C. W. Hofera). Analiza SPACE
	7. Wybrane zagadnienia z zakresu: Analiza SWOT. Analiza ASTRA.
	8. Wybrane zagadnienia z zakresu: Formułowanie strategii. Pułapki planowania strategicznego. Wdrażanie strategii. Kontrola realizacji strategii.

METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Metody sprawdzania efektów kształcenia					
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Projekt	Sprawozdanie	Inne
W01		X		X		
W02		X		X		
W03		X		X		
U01				X		
U02				X		
K01		X		X		
K02		X		X		

FORMA I WARUNKI ZALICZENIA

Forma zajęć	Forma zaliczenia	Warunki zaliczenia
wykład	egzamin	Uzyskanie co najmniej 50% punktów z egzaminu pisemnego.
projekt	zaliczenie z oceną	Uzyskanie co najmniej 50% punktów z projektu.

NAKŁAD PRACY STUDENTA

Bilans punktów ECTS							
Lp.	Rodzaj aktywności	Obciążenie studenta					Jednostka
		W	C	L	P	S	
1.	Udział w zajęciach zgodnie z planem studiów	9			9		h
2.	Inne (konsultacje, egzamin)	4			2		h
3.	Razem przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	24					h
4.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	1,0					ECTS
5.	Liczba godzin samodzielnej pracy studenta	51					h
6.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy	2,0					ECTS
7.	Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	38					h
8.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym	1,5					ECTS
9.	Sumaryczne obciążenie pracą studenta	75					h
10.	Punkty ECTS za moduł <i>1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta</i>	3					ECTS

LITERATURA

1. Elkin P.M, *Planowanie i strategię biznesowe*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2010.
2. Grant R. M, *Współczesna analiza strategii*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2011.
3. Pierścionek Z, *Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.
4. Stabryła A., *Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
5. *Strategie rozwoju przedsiębiorstwa. Metody analizy – przykłady*, redakcja naukowa S. Jurek-Stępień, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2007.
6. Tyrańska M., Walas-Trębacz J.: *Wykorzystanie metod analizy strategicznej w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2010.
7. Kaplan R. S., Norton D. P.: *Wdrażanie strategii dla osiągnięcia przewagi konkurencyjnej*, Wydawnictwa Profesjonalne PWN, Warszawa 2010.
8. Sigismund Huff A., Floyd S. W., Sherman H. D., Terjesen S., *Zarządzanie strategiczne. Podejście zasobowe*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2011.