

IKARTA MODUŁU / KARTA PRZEDMIOTU

Kod modułu	Z-EKO
Nazwa modułu	Zarządzanie strategiczne
Nazwa modułu w języku angielskim	STRATEGIC MANAGEMENT
Obowiązuje od roku akademickiego	2017/2018

A. USYTUOWANIE MODUŁU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	Ekonomia
Poziom kształcenia	I stopień
Profil studiów	Ogólnoakademicki
Forma i tryb prowadzenia studiów	studia stacjonarne
Specjalność	Finanse przedsiębiorstw
Jednostka prowadząca moduł	Katedra Zarządzania i Marketingu
Koordynator modułu	Dr Anna Walczyk
Zatwierdził	

B. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

Przynależność do grupy/bloku przedmiotów	Specjalnościowy
Status modułu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	Polski
Usytuowanie modułu w planie studiów - semestr	Semestr VI
Usytuowanie realizacji przedmiotu w roku akademickim	Semestr letni
Wymagania wstępne	
Egzamin (TAK/NIE)	Nie
Liczba punktów ECTS	2

Forma prowadzenia zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	inne
Liczba godzin w semestrze	20			10	

C. EFEKTY KSZTAŁCENIA I METODY SPRAWDZANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Cel modułu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z problematyką zarządzania strategicznego, dziedziną wiedzy niezbędną w kierowaniu przedsiębiorstwem w zmieniającym się otoczeniu, a w szczególności oceną i projektowaniem strategii rozwojowych.
-------------------	---

Symbol efektu	Efekty kształcenia	Forma prowadzenia zajęć	Odniesienie do efektów kierunkowych	Odniesienie do efektów obszarowych
W_01	Student ma podstawową wiedzę na temat mechanizmów funkcjonowania organizacji w gospodarce rynkowej z uwzględnieniem branży w której działa	Wykład	K_W02	S1A_W03 S1A_W09
W_02	Student zna podstawowe metody i techniki pozyskiwania, gromadzenia, przetwarzania i wykorzystania danych i informacji dotyczących przedsiębiorstwa i otoczenia wykorzystywanych w analizie strategicznej	Wykład Projekt	K_W04	S1A_W06
W_03	Student ma podstawową wiedzę na temat czynników wpływających na funkcjonowanie i rozwój przedsiębiorstw	Wykład Projekt	K_W10	S1A_W01 S1A_W02 S1A_W07 S1A_W08 S1A_W11
U_01	Student potrafi zaplanować zorganizować badania dla zgromadzenia informacji potrzebnych do analizy strategicznej procesów determinujących funkcjonowanie i rozwój organizacji	Wykład Projekt	K_U01	S1A_U02 S1A_U04
U_02	Student potrafi dokonać analizy i zjawisk zachodzących w makrootoczeniu, i otoczeniu konkurencyjnym funkcjonowania przedsiębiorstw oraz w samym przedsiębiorstwie	Projekt	K_U03	S1A_U02
U_03	Student potrafi prognozować typowe procesy i zjawiska w zmieniającym się otoczeniu ich rozwój i skutki dla organizacji. Umie zastosować wybrane metody ilościowe i jakościowe stosowane w innych naukach dla prognozowania procesów determinujących strategię rozwojowe.	Projekt	K_U04	S1A_U02 S1A_U03 S1A_U04 S1A_U05 S1A_U06 S1A_U07 S1A_U08
K_01	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie w celu podnoszenia kwalifikacji zawodowych z zakresu Zarządzania strategicznego w związku ze zmieniającym się otoczeniem funkcjonowania organizacji	Wykład Projekt	K_K01	S1A_K01
K_02	Student potrafi współdziałać i pracować w grupie oraz skutecznie komunikować się oraz postępować etycznie w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych	Projekt	K_K03	S1A_K02 S1A_K05 S1A_K06
K_03	Student samodzielnie zdobywa i doskonali wiedzę i umiejętności kierownicze i organizatorskie	Projekt	K_K09	S1A_K06

Treści kształcenia

1. Treści kształcenia w zakresie wykładu

Nr wykładu	Treści kształcenia	Odniesienie do efektów kształcenia dla modułu
1.	ISTOTA ZARZĄDZANIA STRATEGICZNEGO 1. Misja, koncepcje strategii: definiowanie, składowe strategii, poziomy formułowania i realizacji strategii. Strategie konkurencji według Portera 2. Ewolucja podejścia strategicznego w zarządzaniu przedsiębiorstwem, współczesne teorie w zarządzaniu strategicznym, znaczenie zarządzania strategicznego w epoce globalizacji i regionalizacji.	W_01 K_01
2.	ANALIZA STRATEGICZNA 1. Istota, cechy i rola analizy strategicznej. 2. Obszary i zakres analizy strategicznej. 3. Źródła informacji do analizy strategicznej. 4. Użytkownicy analizy strategicznej.	W_02 K_01
3.	OTOCZENIA PRZEDSIĘBIORSTWA 1. Modele i obszary otoczenia organizacji- wewnętrzne i zewnętrzne: konkurencyjne i makrootoczenie) 2. Wpływ otoczenia na funkcjonowanie i rozwój organizacji. 3. Reakcje organizacji na otoczenie.	W_01 K_01
4.	MAKROOTOCZNIE PRZEDSIĘBIORSTWA 1. Istota i znaczenie makrootoczenia. 2. Analiza segmentów makrootoczenia (ekonomiczny, technologiczny, społeczny, technologiczny, demograficzny, międzynarodowy, polityczno-prawny). 3. Metody analizy makrootoczenia.	W_01 W_02 W_03 U_01 U_02 K_01
5.	OTOCZENIE KONKURENCYJNE PRZEDSIĘBIORSTWA 1. Istota otoczenia konkurencyjnego i jego elementy. 2. Zakres i cele analizy otoczenia konkurencyjnego. 3. Metody analizy otoczenia konkurencyjnego	W_01 W_02 W_03 U_01 U_02
6.	ANALIZA POTENCJAŁU STRATEGICZNEGO PRZEDSIĘBIORSTWA 1. Potencjał materialny i niematerialny organizacji 2. Metody analizy (Cykl życia – organizacji, produktu, Kluczowe czynniki sukcesu, Metody portfelowe. Bilans strategiczny przedsiębiorstwa.	W_01 W_02 W_03 U_01 U_02 K_01
7.	OKREŚLANIE POZYCJI STRATEGICZNEJ PRZEDSIĘBIORSTWA 1. Analiza SWOT. 2. Ocena pozycji strategicznej przedsiębiorstwa 3. Wybór opcji strategicznych 4. Pole wyboru strategicznego, rodzaje strategii	W_02 U_01 U_03 K_01
8.	PROJEKTOWANIE I WDRAŻANIE STRATEGII 1. Krzywa „U” M. Portera.. Współczesne koncepcje tworzenia strategii zarządzania przedsiębiorstwem: (Zarządzanie przez jakość, Outsourcing, Filozofia Kaizen, Re-engineering). 2. Zarządzanie zmianą. 3. Narzędzia wdrażania strategii. (Strategiczna karta wyników). 4. Kontrola strategii.	W_02 W_03 U_01 U_03 K_01
9	FINANSOWO – EKONOMICZNE ASPEKTY STRATEGII 1. Źródła finansowania strategii rozwojowych 2. Finansowo – ekonomiczna analiza realizacji strategii	W_01 U_03 K_01
10	PRZYKŁADY STRATEGII POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW 1.Strategie dywersyfikacji (istota znaczenie, rodzaje i przykłady) 2. Wpływ zmian w otoczeniu na strategię przedsiębiorstw w Polsce	W_01 U_02 K_01

2. Treści kształcenia w zakresie zadań projektowych

Nr zajęć lab.	Treści kształcenia	Odniesienie do efektów kształcenia dla modułu
1.	Budowa scenariusza rozwoju makrootoczenia wybranego przedsiębiorstwa wszystkich wersji (optymistyczny, pesymistyczny, najbardziej prawdopodobny, niespodziankowy).	W_02 W_03 U_01 U_02 K_01 K_02 K_03
2.	Analiza strategiczna otoczenia konkurencyjnego (wybór jednej z metod): <input type="checkbox"/> wykonanie analizy metodą „pięciu sił M.E. Portera”, <input type="checkbox"/> ocena sektora „metodą punktowej oceny atrakcyjności sektora”, <input type="checkbox"/> sporządzenie mapy grup strategicznych dla wybranego sektora.	W_02 W_03 U_01 U_02 K_01 K_02 K_03
3.	Analiza potencjału strategicznego wybranego przedsiębiorstwa: <input type="checkbox"/> analiza kluczowych czynników sukcesu wybranego przedsiębiorstwa, <input type="checkbox"/> prezentacja portfela produkcji wybranego przedsiębiorstwa	W_02 W_03 U_01 U_02 U_03 K_01 K_02 K_03
4	Ocena pozycji strategicznej przedsiębiorstwa: Wykonanie analizy SWOT lub TOWS- SWOT dla badanego przedsiębiorstwa,	W_02 W_03 U_01 U_02 U_03 K_01 K_02 K_03
5	Wybór optymalnej strategii dla tego przedsiębiorstwa. Analiza i ocena wybranej strategii w aspekcie finansowych możliwości jej realizacji	W_01 U_03 K_01 K_02 K_03

Metody sprawdzania efektów kształcenia

Symbol efektu	Metody sprawdzania efektów kształcenia (sposób sprawdzenia, w tym dla umiejętności – odwołanie do konkretnych zadań projektowych, laboratoryjnych, itp.)
W_01	Kolokwium zaliczeniowe. Aby uzyskać ocenę dobrą student powinien posiadać podstawową wiedzę na temat mechanizmów funkcjonowania organizacji i jej branży w gospodarce rynkowej, oraz roli i jaką w tym odgrywa zarządzanie strategiczne. Aby uzyskać ocenę bardzo dobrą student potrafi dokonać własnej interpretacji i oceny funkcjonowania i zmian mechanizmów rynkowych i ich wpływu na rozwój organizacji, a także pośrednio na teorię zarządzania strategicznego.
W_02	Kolokwium zaliczeniowe. Aby uzyskać ocenę dobrą student powinien znać podstawowe metody i techniki pozyskiwania, gromadzenia, przetwarzania i wykorzystania danych i informacji dotyczących przedsiębiorstwa i otoczenia. Aby uzyskać ocenę bardzo dobrą student powinien wiedzieć gdzie i kiedy metody te mogą być zastosowane w praktyce. Ponadto student powinien dodatkowo obszernie interpretować otrzymane wyniki.
W_03	Kolokwium zaliczeniowe. Aby uzyskać ocenę dobrą student powinien posiadać podstawową wiedzę na temat obszarów występowania i rodzajów czynników wpływających na

	funkcjonowanie i rozwój przedsiębiorstw oraz sposobów ich oddziaływania. Aby uzyskać ocenę bardzo dobrą student dodatkowo powinien znać źródła pochodzenia czynników i umieć dokonać własnej interpretacji możliwości rozwoju i oddziaływania czynników na wybraną organizację oraz przewidywać ich rozwój w przyszłości.
U_01	Projekty grupowe w ramach których studenci wykonują i prezentują opracowanie dotyczące projektowania i oceny strategii rozwojowej wybranej organizacji. Kolokwium zaliczeniowe. Aby uzyskać ocenę dobrą student powinien umieć zorganizować i przeprowadzić badania pozwalające zgromadzić informacje potrzebne do analizy strategicznej wszystkich obszarów funkcjonowania przedsiębiorstwa. Aby uzyskać ocenę bardzo dobrą student dodatkowo powinien znać wszystkie metody mogące zostać zastosowane w tych badaniach i potrafić interpretować otrzymane wyniki.
U_02	Projekty grupowe w ramach których studenci wykonują i prezentują opracowanie dotyczące projektowania i oceny strategii rozwojowej wybranej organizacji Kolokwium zaliczeniowe. Aby uzyskać ocenę dobrą student powinien umieć wyodrębniać wszystkie obszary analizy strategicznej przedsiębiorstwa wraz z ich elementami. Aby uzyskać ocenę bardzo dobrą student dodatkowo powinien umieć dokonać własnej interpretacji oddziaływania tych zjawisk na funkcjonowanie i rozwój organizacji.
U_03	Projekty grupowe w ramach których studenci wykonują i prezentują opracowanie dotyczące projektowania i oceny strategii rozwojowej wybranej organizacji Kolokwium zaliczeniowe. Aby uzyskać ocenę dobrą student powinien posiadać wiedzę teoretyczną na temat prognozowania i metod prognozowania rozwoju organizacji, formułowania strategii i jej oceny pod względem ekonomicznym i technicznym. Aby uzyskać ocenę bardzo dobrą student powinien ponadto potrafić ocenić wpływ zmian w otoczeniu na projektowaną strategię.
K_01	Obserwacja studenta podczas zajęć dydaktycznych. Dyskusja podczas prezentacji opracowania. Student aby uzyskać ocenę dobrą powinien rozumieć potrzebę stałego uzupełniania wiedzy w zakresie zarządzania strategicznego i na bieżąco ją uzupełniać. Aby uzyskać ocenę bardzo dobrą powinien wykazywać się wiedzą w szerszym zakresie niż pozostali członkowie grupy
K_02	Projekty grupowe w ramach których studenci wykonują i prezentują opracowanie dotyczące projektowania i oceny strategii rozwojowej wybranej organizacji. Student aby uzyskać ocenę dobrą powinien dobrze współpracować i pracować w grupie oraz aktywnie uczestniczyć w przygotowaniu projektów grupowych – zbieraniu informacji i ich interpretacji. Dla oceny bardzo dobrej student powinien dodatkowo przejmować inicjatywę podczas prac w grupie.
K_03	Obserwacja studenta podczas zajęć dydaktycznych. Dyskusja podczas prezentacji opracowania. Aby uzyskać ocenę dobrą student powinien rozumieć konieczność i wagę samodzielnego zdobywania wiedzy i jej poszerzania, oraz kształtowania zdolności organizatorskich. Dla oceny bardzo dobrej student powinien dodatkowo przejmować inicjatywę w rozwiązywaniu zadań projektowych, kształtując zdolności kierownicze i poczucie odpowiedzialności.

D. NAKŁAD PRACY STUDENTA

Bilans punktów ECTS			
Lp.	Rodzaj aktywności	Obciążenie studenta	Jednostka
1.	Udział w wykładach	20	h
2.	Udział w ćwiczeniach		h
3.	Udział w laboratoriach		h
4.	Udział w zajęciach projektowych	10	h
5.	Udział w konsultacjach (2-3 razy w semestrze)	2	h
6.	Konsultacje projektowe	3	h
7.	Udział w egzaminie (kolokwium zaliczeniowe)	1	h
8.			
9.	Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	36	h
10.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego <i>(1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta)</i>	1.3	ECTS
11.	Samodzielne studiowanie tematyki wykładów	8	h
12.	Samodzielne przygotowanie się do ćwiczeń		h
13.	Samodzielne przygotowanie się do kolokwium		h
14.	Samodzielne przygotowanie się do laboratoriów		h
15.	Wykonanie sprawozdań		h
16.	Przygotowanie do kolokwium końcowego z laboratorium		h
17.	Wykonanie projektu lub dokumentacji	12	h
18.	Przygotowanie do egzaminu		h
19.			
20.	Liczba godzin samodzielnej pracy studenta	20	h
21.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy <i>(1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta)</i>	0,7	ECTS
22.	Sumaryczne obciążenie pracą studenta	56	h
23.	Punkty ECTS za moduł <i>1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta</i>	2	ECTS
24.	Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym <i>Suma godzin związanych z zajęciami praktycznymi</i>	25	h
25.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym <i>1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta</i>	1	ECTS

E. LITERATURA

Wykaz literatury	<ol style="list-style-type: none">1. Gierszewska G., <i>Zarządzanie strategiczne</i>, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego w Warszawie, Warszawa, 2000.2. Gierszewska G., Romanowska M. <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa</i> PWE Warszawa 2014.3. Griffin R F., <i>Podstawy zarządzania organizacjami</i>, PWN, Warszawa, 2002.4. Janasz K., Janasz w., Kozioł K., Szopik K., <i>Zarządzanie strategiczne. Koncepcje, metody strategii</i>, Difin, Warszawa 2008.
------------------	---

	<ol style="list-style-type: none"> 5. Lisiński, M., <i>Metody planowania strategicznego</i>, PWE, Warszawa 2004. 6. Oblój K., <i>Strategie organizacji</i>, PWE, Warszawa, 2014. 7. Pierścionek Z., <i>Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie</i>. Wydawnictwo Naukowe PWN Warszawa 2012. 8. Porter M. <i>Strategie konkurencji</i>, PWE, Warszawa, 2010. 9. <i>Praktyka zarządzania strategicznego. Studia polskich przypadków</i>. Red. naukowa E. Urbanowska – Sojkin, PWE, Warszawa 2008 10. Stabryła A., <i>Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce.</i>, PWN Warszawa – Kraków 2011.
<p>Witryna WWW modułu/przedmiotu</p>	