



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	2021/2022

USYTUOWANIE MODUŁU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	EKONOMIA
Poziom kształcenia	II stopień
Profil studiów	Praktyczny
Forma i tryb prowadzenia studiów	Studia niestacjonarne
Zakres	Ekonomia menedżerska
Jednostka prowadząca przedmiot	Katedra Zarządzania i Marketingu
Koordynator przedmiotu	Dr hab. Janusz Kot, prof. PŚk
Zatwierdził	Dr hab. inż. Dariusz Bojczuk, 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).

	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).
	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.
	6. Model luki rozwojowej. Model map (grup) strategicznych (segmentacji strategicznej) sektora. Modele kluczowych czynników sukcesu. „Benchmarking”. Pozycjonowanie strategiczne
	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.
	8. Proces formalizacji strategii. Pułapki planowania strategicznego. Wdrażanie strategii. Kontrola realizacji strategii
projekt	1. Wybrane zagadnienia z zakresu: Modele statystyczne. Modele ekonometryczne (modele liniowe). Modele ekonometryczne (modele symulacyjne, modele operacyjne). Gry sytuacyjne.
	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).
	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).
	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.
	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.

	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
1.	Udział w zajęciach zgodnie z planem studiów	W	C	L	P	S	h
		9			9		
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 strategie 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.