



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	Z-EKO1-U-603b
Nazwa przedmiotu	Zarządzanie strategiczne
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Strategic management
Obowiązuje od roku akademickiego	2021/2022

USYTUOWANIE MODUŁU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	EKONOMIA
Poziom kształcenia	I stopień
Profil studiów	Praktyczny
Forma i tryb prowadzenia studiów	Studia stacjonarne
Zakres	Finanse przedsiębiorstw
Jednostka prowadząca przedmiot	Katedra Zarządzania i Marketingu
Koordynator przedmiotu	Dr Anna Walczyk
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 VI
Wymagania wstępne	Podstawy zarządzania
Egzamin (TAK/NIE)	Nie
Liczba punktów ECTS	2

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

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Kategoria	Symbol efektu	Efekty kształcenia	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01	Ma podstawową wiedzę na temat mechanizmów funkcjonowania organizacji w gospodarce rynkowej z uwzględnieniem branży w której działa	EKO1_WO2
	W02	Zna podstawowe metody i techniki pozyskiwania, gromadzenia, przetwarzania i wykorzystania danych i informacji dotyczących przedsiębiorstwa i otoczenia wykorzystywanych w analizie strategicznej procesie budowania strategii	EKO1_WO4
	W03	Ma podstawową wiedzę na temat zasad tworzenia rozwoju oraz czynników wpływających na funkcjonowanie i rozwój przedsiębiorstw	EKO1_W10
Umiejętności	U01	Potrafi zaplanować zorganizować badania dla zgromadzenia informacji potrzebnych do analizy strategicznej procesów determinujących funkcjonowanie i rozwój organizacji	EKO1_U01
	U02	Potrafi dokonać analizy i zjawisk zachodzących w makrootoczeniu, i otoczeniu konkurencyjnym funkcjonowania przedsiębiorstw oraz w samym przedsiębiorstwie	EKO1_U03
	U03	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.	EKO1_U04
Kompetencje społeczne	K01	Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie w celu podnoszenia kwalifikacji zawodowych z zakresu Zarządzania strategicznego w związku ze zmieniającym się otoczeniem funkcjonowania organizacji	EKO1_K01
	K02	Potrafi współdziałać i pracować w grupie oraz skutecznie komunikować się oraz postępować etycznie w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych	EKO1_K03
	K03	Samodzielnie zdobywa i doskonali wiedzę i umiejętności kierownicze i organizatorskie	EKO1_K09

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć	Treści programowe
wykład	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.
	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.

	<p>OTOCZENIA PRZEDSIĘBIORSTWA</p> <ol style="list-style-type: none"> 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.
	<p>MAKROOTOCZNIE PRZEDSIĘBIORSTWA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Istota i znaczenie makrootoczenia. 2) Analiza segmentów makrootoczenia (ekonomiczny, technologiczny, społeczny, technologiczny, demograficzny, międzynarodowy, polityczno-prawny). 3) Metody analizy makrootoczenia.
	<p>OTOCZENIE KONKURENCYJNE PRZEDSIĘBIORSTWA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Istota otoczenia konkurencyjnego i jego elementy. 2) Zakres i cele analizy otoczenia konkurencyjnego. 3) Metody analizy otoczenia konkurencyjnego.
	<p>ANALIZA POTENCJAŁU STRATEGICZNEGO PRZEDSIĘBIORSTWA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Potencjał materialny i niematerialny organizacji. 2) Metody analizy (Cykl życia – organizacji, produktu, Kluczowe czynniki sukcesu, Metody portfelowe. Bilans strategiczny przedsiębiorstwa.
	<p>OKREŚLANIE POZYCJI STRATEGICZNEJ PRZEDSIĘBIORSTWA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Analiza SWOT. 2) Ocena pozycji strategicznej przedsiębiorstwa. 3) Wybór opcji strategicznych. 4) Pole wyboru strategicznego, rodzaje strategii.
	<p>PROJEKTOWANIE I WDRAŻANIE STRATEGII</p> <ol style="list-style-type: none"> 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.
	<p>FINANSOWO – EKONOMICZNE ASPEKTY STRATEGII</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Źródła finansowania strategii rozwojowych. 2) Finansowo – ekonomiczna analiza realizacji strategii.
	<p>PRZYKŁADY STRATEGII POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Strategie dywersyfikacji (istota znaczenie, rodzaje i przykłady). 2) Wpływ zmian w otoczeniu na strategię przedsiębiorstw w Polsce.
projekt	<ol style="list-style-type: none"> 1. Budowa scenariusza rozwoju makrootoczenia wybranego przedsiębiorstwa wszystkich wersji (optymistyczny, pesymistyczny, najbardziej prawdopodobny, niespodziankowy). 2. Analiza strategiczna otoczenia konkurencyjnego (wybór jednej z metod): <ul style="list-style-type: none"> – wykonanie analizy metodą „pięciu sił M.E. Portera”, – ocena sektora „metodą punktowej oceny atrakcyjności sektora”, – sporządzenie mapy grup strategicznych dla wybranego sektora. 3. Analiza potencjału strategicznego wybranego przedsiębiorstwa: <ul style="list-style-type: none"> – analiza kluczowych czynników sukcesu wybranego przedsiębiorstwa, – prezentacja portfela produkcji wybranego przedsiębiorstwa. 4. Ocena pozycji strategicznej przedsiębiorstwa: Wykonanie analizy SWOT lub TOWS- SWOT dla badanego przedsiębiorstwa, 5. Wybór optymalnej strategii dla tego przedsiębiorstwa. Analiza i ocena wybranej strategii w aspekcie finansowych możliwości jej realizacji

METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Metody sprawdzania efektów kształcenia					
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Projekt	Sprawozdanie	Inne
W02				X		X
W02				X		X
W03				X		X
U01				X		X
U02				X		X
U03				X		X
K01				X		X
K02				X		X
K03				X		X

FORMA I WARUNKI ZALICZENIA

Forma zajęć	Forma zaliczenia	Warunki zaliczenia
wykład	zaliczenie z oceną	Uzyskanie zaliczenia z projektu plus aktywny udział w co najmniej połowie wykładów.
projekt	zaliczenie z oceną	Oddanie opracowania zagadnień wymienionych w pozycji Treści programowe-projekt i uzyskanie oceny pozytywnej, (co najmniej 50% poprawności zrealizowanego opracowania).

NAKŁAD PRACY STUDENTA

Bilans punktów ECTS							
Lp.	Rodzaj aktywności	Obciążenie studenta					Jedno stka
		W	C	L	P	S	
1.	Udział w zajęciach zgodnie z planem studiów	20			10		h
2.	Inne (konsultacje, egzamin)	2			2		h
3.	Razem przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	34					h
4.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	1,4					ECTS
5.	Liczba godzin samodzielnej pracy studenta	16					h
6.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy	0,6					ECTS
7.	Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	17					h
8.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym	0,0					ECTS
9.	Sumaryczne obciążenie pracą studenta	50					h
10.	Punkty ECTS za moduł <i>1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta</i>	2					ECTS

LITERATURA

1. Gierszewska G. (2000), *Zarządzanie strategiczne*, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego w Warszawie, Warszawa.
2. Gierszewska G., Romanowska M. (2014), *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa.
3. Griffin R. F. (2002), *Podstawy zarządzania organizacjami*, PWN, Warszawa.
4. Janasz K., Janasz W., Kozioł K., Szopik K. (2008), *Zarządzanie strategiczne. Koncepcje, metody strategii*, Difin, Warszawa.
5. Lisiński, M. (2004), *Metody planowania strategicznego*, PWE, Warszawa.
6. Oblój K. (2001), *Strategie organizacji*, PWE, Warszawa.
7. Porter M. (2006), *Strategie konkurencji*, PWE, Warszawa.
8. Urbanowska – Sojkin E. red. (2008), *Praktyka zarządzania strategicznego. Studia polskich przypadków*, PWE, Warszawa.
9. Stabryła A. (2000), *Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce.*, PWN Warszawa – Kraków.