

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2021/2022**INFORMACJE OGÓLNE****1. Nazwa przedmiotu** STRATEGIE PRZEDSIĘBIORSTW**2. Nazwa kierunku** Ekonomia**3. Poziom studiów** drugiego stopnia**4. Liczba punktów ECTS** 4**5. Liczba godzin w semestrze**

semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
III	15	15				

6. Język wykładowy polski**7. Wykładowca** dr Konrad Żak**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_W02, K_W03, K_W13, K_W17
EU02	zna definicję pojęcie strategii, omawia jej funkcje, rodzaje, podejścia i etapy formułowania, wdrażanie oraz korzyści organizacji wynikające z posiadania strategii	K_W02, K_W03, K_W11, K_W13, K_W17
EU03	wymienia i charakteryzuje podstawowe metody oraz cechy i zakres analizy strategicznej oraz planowania strategicznego	K_W02, K_W03, K_W11, K_W13, K_W17

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_U06, K_U08, K_U13, K_U14
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 – wykłady/ ćwiczenia/laboratoria/zajęcia praktyczne itp.		
Wykłady 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 Ćwiczenia 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. Prezentacja multimedialna		
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		42
2. Nakład pracy studenta		58
suma		4

liczba punktów ECTS	100
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	
<i>Egzamin ma charakter testu z pytaniami otwartymi i zamkniętymi.</i> <i>Ocena końcowa z ćwiczeń wystawiana jest na podstawie pracy nad przykładowymi przypadkami dotyczącymi tematu zajęć (praca indywidualna oraz w grupach) oraz aktywność studenta. Ocenę 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>	
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 ABNS w Białej Podlaskiej.	
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć.	
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem.	