

Nazwa przedmiotu	Analiza strategiczna przedsiębiorstwa (NIE DLA STUDENTÓW SPECJALNOŚCI: EKONOMIA BIZNESU)						Kod ECTS	14.3.E.FZ.2052				
							Pkt.ECTS	2				
							Limit osób	30				
Jednostka prowadząca przedmiot	INNA	Nazwa kierunku	Ekonomia/MSG		Nazwa specjalności	BRAK;						
Nazwisko prowadzącego	dr Grzegorz Pawłowski											
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	0	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	30	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		3 SS1,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):						Semestr:		5,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):						Status przedmiotu:		Fakultatywny				
Sumaryczna liczba godzin:						0	Język wykładowy:	polski				
Sposób realizacji zajęć	Zajęcia on-line.											
Metody dydaktyczne	Formy kształcenia na odległość (e-learning), NIE MOGĄ SIĘ ZAPISAĆ STUDENCI ZE SPECJALNOŚCI Ekonomia Biznesu											
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne	NIE MOGĄ SIĘ ZAPISAĆ STUDENCI ZE SPECJALNOŚCI: EKONOMIA BIZNESU.											
Wymagania wstępne	NIE MOGĄ SIĘ ZAPISAĆ STUDENCI ZE SPECJALNOŚCI: EKONOMIA BIZNESU. Znajomość podstawowych zagadnień dotyczących organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem											
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny												
Sposób zaliczenia	Zaliczenie na ocenę											
Kryteria oceny	Projekty - studia przypadków, uwzględniające metody analizy strategicznej: analizę potencjału organizacji, analizę otoczenia konkurencyjnego, analizę makrootoczenia, sieciową analizę otoczenia, mapy rynek strategicznych, analizę TOWS/.SWOT. Ocena według stopnia zaangażowania studenta w projekcie grupowym.											
Cele przedmiotu												
1. Przygotowanie studentów do zastosowania metod analizy makrootoczenia 2. Przygotowanie studentów do zastosowania metod analizy mikrootoczenia 3. Przygotowanie studentów do zastosowania metod analizy potencjału strategicznego przedsiębiorstwa 4. Zapoznanie z opcjami strategicznymi.												
Efekty uczenia się												
Wiedza	E1_W01	Student zna i rozumie podstawową terminologię dotyczącą analizy strategicznej.										
	E1_W04	Student ma zaawansowaną wiedzę o charakterze nauk ekonomicznych i zna rolę analizy strategicznej w tym systemie.										
	MSG1_W01	Student zna rodzaje więzi gospodarczych oraz społecznych i potrafi wskazać ich wpływ na strategię przedsiębiorstwa.										
	MSG1_W04	Student ma zaawansowaną wiedzę o charakterze nauk społecznych i posługuje się uniwersalną terminologią związaną z analizą strategiczną przedsiębiorstwa..										
Weryfikacja efektów uczenia się - Wiedza												
Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy	
E1_W01									X		X	
E1_W04									X		X	
MSG1_W01									X		X	

MSG1_W04									X		X
Umiejętności	E1_U01	Student potrafi interpretować zjawiska w otoczeniu przedsiębiorstwa.									
	E1_U02	Student potrafi samodzielnie analizować zjawiska i procesy ekonomiczne w otoczeniu firmy.									
	MSG1_U01	Student potrafi prawidłowo stosować wiedzę z zakresu ekonomii, finansów i nauk o zarządzaniu do wyjaśniania strategicznego kontekstu zjawisk gospodarczych									
	MSG1_U02	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną, aby analizować strategiczne czynniki rozwoju przedsiębiorstwa.									

Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E1_U01									X		X
E1_U02									X		X
MSG1_U01									X		X
MSG1_U02									X		X

Kompetencje	E1_K01	Student uznaje znaczenie zasięgnięcia opinii ekspertów oraz konsultacji w przypadku trudności z ich samodzielnym rozwiązaniem.									
	MSG1_K01	Student uznaje znaczenie zasięgnięcia opinii ekspertów oraz konsultacji w przypadku trudności z ich samodzielnym rozwiązaniem.									

Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E1_K01											X
MSG1_K01											X

Treści programowe

- Istota oraz podstawowe pojęcia dotyczące zarządzania strategicznego. Podstawowe szkoły zarządzania strategicznego oraz ich specyfika. Elementy i struktura zarządzania strategicznego(zs). Zmiany metod analitycznych wraz ze zmianą paradygmatów myślenia strategicznego. Nowe "generacje" zarządzania i ich wpływ na zs.
- Psychologiczne aspekty zarządzania strategicznego (cztery style zarządzania). Test praktyczny. Determinizm w zarządzaniu - model L. Greinera i jego ograniczenia.
- Analiza scenariuszowa i bezscenariuszowa. Metody ekstrapolacji trendów, delficka, analiza luki itd. Procesy nieciągłe i ich specyfika. Wykorzystanie scenariuszy w zarządzaniu strategicznym. Konstruowanie scenariuszy przyszłości (ekstrapolacyjnych i antycypacyjnych). Przykład praktyczny.
- Analiza otoczenia rynkowego (instrumenty i metody).
- Analiza potencjału strategicznego organizacji. Podejście zasobowe i analiza kluczowych kompetencji. Pomocnicze metody oraz narzędzia analizy strategicznej (SWOT dynamiczny, etapy analizy TOWS/SWOT, analiza siły i atrakcyjności strategicznej). Przykład praktyczny.
- Opracowywanie strategii (rodzaje, wybory). Podstawowe strategie rozwoju firmy. Rozwój strategii konkurencji. Istota i możliwości zawierania aliansów strategicznych. Strategie relacyjne.
- Ryzyko i niepewność w procesie zarządzania strategicznego.
- Zarządzanie jakością i wiedzą w strategiach przedsiębiorstw. Istota i podstawowe techniki zarządzania jakością. Wiedza jako czynnik strategiczny. Trzy podejścia do zarządzania wiedzą. Wiedza w procesie zarządzania strategicznego.

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej
Literatura podstawowa:

- Gierszewska G., Romanowska M.: *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa, 2017
- Obłój K, *Strategia organizacji*, PWE, Warszawa, 2014
- Pierścionek Z.: *Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie*, PWN, Warszawa, 2021
- Porter M. E.: *Strategia konkurencji*, MT Biznes, Warszawa, 2010

5. Glinka B., Pawłowski G., *Strategiczne wyzwania rozwoju przedsiębiorstwa w otoczeniu globalnym na przykładzie Omida Logistics Group*, "Współczesna Gospodarka", 2016, Vol. 7, nr 3, s. 27-43

Literatura uzupełniająca:

1. Clarke L. , *Zarządzanie zmianą*, wyd. Geberthner i spółka, Warszawa 1997
2. Kaplan R., Norton D., *Mapy strategii w biznesie*, GWP Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2011
3. Penc-Pietrzak I., *Analiza strategiczna w zarządzaniu firmą*, Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2003.
4. Zimniewicz K., *Współczesne koncepcje i metody zarządzania*, PWE, Warszawa, 2009
5. Marchesnay M., *Zarządzanie strategiczne*, Poltext, Warszawa, 1994

Kontakt

grzegorz.pawlowski@ug.edu.pl,