

Nazwa przedmiotu		Analiza strategiczna przedsiębiorstwa					Kod ECTS	14.3.E.SZ.3439				
							Pkt.ECTS	2				
Jednostka prowadząca przedmiot			Nazwa kierunku		Ekonomia		Nazwa specjalności		B2EBI;			
Nazwisko prowadzącego		dr Grzegorz Pawłowski										
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	6	Ćwiczenia	6	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		3 NS1, ,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):				14		Semestr:		5,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):				36		Status przedmiotu:		Obligatoryjny				
Sumaryczna liczba godzin:				50		Język wykładowy:		polski				
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.										
Metody dydaktyczne		Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Aktywność w grupach, współpraca,										
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne		brak										
Wymagania wstępne												
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny												
Sposób zaliczenia		Egzamin										
Kryteria oceny		Ćwiczenia: prezentacje studiów przypadków, uwzględniające metody analizy strategicznej: analizę potencjału organizacji, analizę otoczenia konkurencyjnego, analizę makrootoczenia. Egzamin: testy egzaminacyjne jednokrotnego. Ocena zgodnie z Regulaminem studiów.										
Cele przedmiotu												
Przygotowanie studentów do zastosowania metod analizy makrootoczenia, Przygotowanie studentów do zastosowania metod analizy otoczenia konkurencyjnego, Przygotowanie studentów do zastosowania metod analizy potencjału strategicznego przedsiębiorstwa, Zapoznanie z opcjami strategicznymi.												
Efekty uczenia się												
Wiedza		E1_W01	Student zna rolę nauk ekonomicznych w systemie analizy strategicznej i posługuje się uniwersalną terminologią ekonomiczną									
		E1_W04	Student zna rodzaje więzi gospodarczych oraz społecznych i potrafi wskazać ich wpływ na funkcjonowanie 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	X		
E1_W04		X							X	X		
Umiejętności		E1_U01	Student potrafi prawidłowo interpretować zjawiska gospodarcze i społeczne oraz stosować wiedzę z zakresu ekonomii, finansów i nauk o zarządzaniu do oceniania otoczenia konkurencyjnego przedsiębiorstwa oraz jego potencjału wewnętrznego.									
		E1_U02	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną, aby analizować strategiczne czynniki rozwoju przedsiębiorstwa za pomocą metod analizy strategicznej.									
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		
Kompetencje	E1_K01	Student uznaje znaczenie wiedzy z zakresu ekonomii w procesie identyfikacji i strategicznego rozwiązywania problemów gospodarczych oraz uwzględniania opinii ekspertów w przypadku analizy strategicznych kierunków rozwoju przedsiębiorstwa.									

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	X	

Treści programowe

1. Analiza strategiczna jako podstawa budowy planu strategicznego Cele analizy strategicznej, cechy współczesnej analizy strategicznej i jej wyróżniki, użytkownicy analizy strategicznej, obszary analizy strategicznej (analiza "wnętrza" i otoczenia organizacji), czynniki określające zakres analizy strategicznej.
2. Analiza makrootoczenia. Konceptje analiz makrootoczenia, metody analiz makrootoczenia: metody analizy zmian ciągłych, metody analizy zmian nieciągłych (metody scenariuszowe: scenariusze możliwych zdarzeń, scenariusze symulacyjne, scenariusze stanów otoczenia, scenariusze procesów w otoczeniu), praktyczne opracowanie scenariuszy zmian makrootoczenia.
3. Analiza otoczenia konkurencyjnego. Metody analiz mikrootoczenia: analiza "pięciu sił" M. E. Portera, punktowa ocena atrakcyjności sektora, mapa grup strategicznych, krzywa doświadczenia, praktyczne przygotowanie: analizy atrakcyjności sektora, oceny punktowej atrakcyjności sektora, mapy grup strategicznych.
4. Analiza potencjału strategicznego organizacji. Cykl życia produktu i technologii, metody portfelowe - ich atrakcyjność i pułapki, analiza kluczowych czynników sukcesu, punktowa ocena pozycji przedsiębiorstwa w sektorze, ocena pozycji strategicznej przedsiębiorstwa, praktyczne przygotowanie powyższych analiz.
5. SWOT jako kompleksowa metoda analizy strategicznej. Analiza SWOT jako metoda rejestracji i klasyfikacji czynników warunkujących strategię organizacji, etapy analizy SWOT, proces formułowania strategii za pomocą analizy SWOT

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej
Literatura podstawowa:

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

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.
6. 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.

Kontakt	grzegorz.pawlowski@ug.edu.pl ,
---------	--