

KONSPEKT PRZEDMIOTU

Semestr letni, rok akademicki 2020/2021

Nazwa przedmiotu	Zarządzanie strategiczne
Kierunek/-i studiów / rok studiów / semestr studiów	Zarządzanie / I rok / II semestr
Tryb studiów	Niestacjonarny; studia II stopnia
Forma zajęć	Ćwiczenia
Liczba godzin	16
Koordinator przedmiotu:	dr Janusz Filipczuk
Jakie są ogólne cele dydaktyczne tego przedmiotu?	Celem kształcenia jest umiejętność wykonania analizy strategicznej wybranego przedsiębiorstwa.
Jak są kryteria zaliczenia tego przedmiotu?	Wykonanie w zespołach ćwiczeniowych analizy strategicznej wybranego przedsiębiorstwa. Całość opracowania należy przygotować pisemnie w zespołach maksymalnie sześciuosobowych w nieprzekraczalnym terminie do dnia 5 czerwca 2021 roku. Wybór przedsiębiorstwa zatwierdza prowadzący zajęcia.
Jakie są kryteria zaliczenia tego przedmiotu na ocenę celującą?	Wykonanie takiej analizy przy użyciu pełnej palety technik i metod.
Pozostałe informacje, dotyczące tego przedmiotu, ważne dla studenta	Studenci otrzymają kilkadziesiąt analiz strategicznych, opracowanych wcześniej.

ZAJĘCIA 1 (2 godziny) ISTOTA I ZAKRES ANALIZY STRATEGICZNEJ	
Efekty uczenia się	Po tych zajęciach student będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał: 1. Przeprowadzić analizę otoczenia przedsiębiorstwa
Treść zajęć	1. Analiza makrootoczenia przedsiębiorstwa 2. Analiza otoczenia konkurencyjnego
Źródło/a do nauki treści tych zajęć	Minimalne / obowiązkowe: - J. Filipczuk, <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa</i> , Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu w Sochaczewie, Sochaczew 2008. Rozszerzające / uzupełniające: - G. Gierszewska, M. Romanowska, <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa</i> , PWE, Warszawa 2017.

ZAJĘCIA 2 (2 godziny) POTENCJAŁ STRATEGICZNY PRZEDSIĘBIORSTWA	
Efekty uczenia się	Po tych zajęciach student będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał: 1. Metody analizy potencjału strategicznego przedsiębiorstwa
Treść zajęć	1. Bilans strategiczny przedsiębiorstwa 2. Analiza kluczowych czynników sukcesu
Źródło/a do nauki treści tych zajęć	Minimalne / obowiązkowe: - J. Filipczuk, <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa</i> , Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu w Sochaczewie, Sochaczew 2008. Rozszerzające / uzupełniające: - G. Gierszewska, M. Romanowska, <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa</i> , PWE, Warszawa 2017.

ZAJĘCIA 3 (2 godziny) PRZEGLĄD METOD ANALIZY SEKTOROWEJ	
Efekty uczenia się	Po tych zajęciach student będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał: 1. Metody analiz otoczenia konkurencyjnego
Treść zajęć	1. Model „5 sił” Portera 2. Punktowa analiza atrakcyjności sektora 3. Mapa grup strategicznych
Źródło/a do nauki treści tych zajęć	Minimalne / obowiązkowe: - J. Filipczuk, <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa</i> , Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu w Sochaczewie, Sochaczew 2008. Rozszerzające / uzupełniające: - G. Gierszewska, M. Romanowska, <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa</i> , PWE, Warszawa 2017.

ZAJĘCIA 4 i 5
(4 godzin)
METODY PORTFELOWE

Efekty uczenia się	Po tych zajęciach student będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał: 1. Zastosować metody technik portfelowych
Treść zajęć	1. Macierz Boston Consulting Group (BCG) 2. Macierz MC Kinseya (Macierz GE) 3. Macierz Arthura D. Little'a (ADL) 4. Macierz - Schendela
Źródło/a do nauki treści tych zajęć	Minimalne / obowiązkowe: - J. Filipczuk, <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa</i> , Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu w Sochaczewie, Sochaczew 2008. Rozszerzające / uzupełniające: - G. Gierszewska, M. Romanowska, <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa</i> , PWE, Warszawa 2017.

ZAJĘCIA 6 i 7 (4 godziny) ANALIZA SWOT i SPACE	
Efekty uczenia się	Po tych zajęciach student będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał: 1. Zastosować analizę SWOT 2. Metodę analizy SPACE
Treść zajęć	1. Analiza SPACE 2. Dobór kryteriów (czynników opisujących wymiary analizy) 3. Analiza SWOT 4. Wykorzystanie przykładowych analiz strategicznych z zastosowaniem analizy SWOT
Źródło/a do nauki treści tych zajęć	Minimalne / obowiązkowe: - K. Krukowski, J. Mioduszewski, <i>Wyznaczanie opcji strategii w działaniu firmy metodami TOWS/SWOT i SPACE</i> , UWM , Olsztyn 2000. Rozszerzające / uzupełniające: - G. Gierszewska, M. Romanowska, <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa</i> , PWE, Warszawa 2017

ZAJĘCIA 8
(2 godziny)
ANALIZY STRATEGICZNE WYBRANYCH PRZEDSIĘBIORSTW

Efekty uczenia się	Po tych zajęciach student będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał: 1. Proces opracowywania analiz strategicznych
Treść zajęć	1. Omówienie wybranych analiz strategicznych na przykładzie przedsiębiorstw, takich jak: Bytom S.A., CCC S.A., Boryszew ERG S.A.
Źródło/a do nauki treści tych zajęć	Minimalne / obowiązkowe: - J. Filipczuk, <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa</i> , Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu w Sochaczewie, Sochaczew 2008. Rozszerzające / uzupełniające: - K. Daszyńska-Żygadło, <i>Wycena przedsiębiorstwa. Podejście scenariuszowe</i> , Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2015.