

Nazwa przedmiotu		Analiza strategiczna przedsiębiorstwa						Kod ECTS		14.3.E.SZ.3546		
								Pkt.ECTS		5		
Jednostka prowadząca przedmiot		KPG		Nazwa kierunku		Ekonomia		Nazwa specjalności		EB;		
Nazwisko prowadzącego		dr Grzegorz Pawłowski										
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	15	Ćwiczenia	30	Konwersatoria	0	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):					59		Semestr:		5,			
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):					66		Status przedmiotu:		Obligatoryjny			
Sumaryczna liczba godzin:					125		Język wykładowy:		polski			
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.										
Metody dydaktyczne		Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Aktywność w grupach, współpraca, Dyskusja na zajęciach konwersatoryjnych,										
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne		brak										
Wymagania wstępne		brak										
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny												
Sposób zaliczenia		Egzamin										
Kryteria oceny		Egzamin testowy, skala ocen zgodnie z Regulaminem Studiów. Zaliczenie: projekty - studia przypadków, uwzględniające metody analizy strategicznej: analizę potencjału organizacji, analizę otoczenia konkurencyjnego, analizę makrootoczenia, sieciową analizę otoczenia, 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 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
E1_W04												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 stworzonych w ekonomii, finansach i naukach o zarządzaniu.								

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
E1_U02											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
Treści programowe											
1. Istota oraz podstawowe pojęcia dotyczące zarządzania strategicznego i analizy strategicznej. 2. Podstawowe szkoły zarządzania strategicznego oraz ich specyfika. 3. Elementy i struktura zarządzania strategicznego (zs). Zmiany metod analitycznych wraz ze zmianą paradygmatów myślenia strategicznego. Nowe "generacje" zarządzania i ich wpływ na analizę strategiczną. 4. Psychologiczne aspekty analizy strategicznej (cztery style zarządzania). Test praktyczny. Determinizm w zarządzaniu - model L. Greinera i jego ograniczenia. 5. Analiza scenariuszowa i bezscenariuszowa. Metody ekstrapolacji trendów, delficka, analiza luki itd. Procesy nieciągłe i ich specyfika. 6. Wykorzystanie scenariuszy w zarządzaniu strategicznym. Konstruowanie scenariuszy przyszłości (ekstrapolacyjnych i antycypacyjnych). Przykład praktyczny. 7. Analiza otoczenia rynkowego (instrumenty i metody) 8. Analiza potencjału strategicznego organizacji. Podejście zasobowe i analiza kluczowych kompetencji. 9. Pomocnicze metody oraz narzędzia analizy strategicznej (SWOT dynamiczny, etapy analizy TOWS/SWOT, analiza siły i atrakcyjności strategicznej). 10. Analiza wariantowa strategii (rodzaje, wybory). Podstawowe strategie rozwoju firmy. 11. Wiedza w procesie zarządzania strategicznego. 12. Strategiczna karta wyników jako narzędzie weryfikacji strategii.											
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. 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 ,								