

Analiza strategiczna przedsiębiorstwa - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Analiza strategiczna przedsiębiorstwa
Kod przedmiotu	11.9-WZ-EkoPD-ASP
Wydział	Wydział Ekonomii i Zarządzania
Kierunek	Ekonomia
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2018/2019

Informacje o przedmiocie	
Semestr	2
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. inż. Wiesław Danielak, prof. UZ

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	15	1	9	0,6	Egzamin
Laboratorium	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem nauczania przedmiotu jest pozyskanie przez studentów wiedzy i praktycznych umiejętności dotyczących różnych aspektów analizy strategicznej organizacji. Poznanie i stosowanie metod analizy strategicznej, opracowywania i wdrażania strategii oraz jej implementacji w rozwiązaniu problemów zarządzania.

Wymagania wstępne

Zakres tematyczny

Wykłady: Wprowadzenie do analizy strategicznej (definicja i pojęcia etapy procesu zarządzania strategicznego). Analiza potencjału wewnętrznego przedsiębiorstwa. Formułowanie celów przedsiębiorstwa oraz misji i wizji. Ocena celów przedsiębiorstwa z punktu widzenia celów i oczekiwań różnych grup interesariuszy. Analiza otoczenia bliskiego i dalszego przedsiębiorstwa. Analiza konkurencji w branży i ocena pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa na rynku. Analiza kluczowych czynników sukcesu. Wykorzystanie składowych kapitału intelektualnego w tworzeniu wartości. Identyfikacja i analiza grup strategicznych w sektorze. Metoda scenariuszowa. Identyfikacja strategii rozwoju przedsiębiorstwa w oparciu o analizę SPACE. Analiza składowych modelu biznesu. Charakterystyka procesów podstawowych i pomocniczych. Analiza ogniw w modelu łańcucha wartości. Wykorzystanie Strategicznej Karty Wyników. Budżetowanie w zarządzaniu strategicznym.

Laboratorium: Formułowanie celów przedsiębiorstwa oraz misji i wizji. Ocena celów przedsiębiorstwa z punktu widzenia celów i oczekiwań różnych grup interesariuszy. Dobór odpowiednich metod do analizy potencjału wewnętrznego przedsiębiorstwa oraz analizy otoczenia bliskiego i dalszego – w odniesieniu do różnych przedsiębiorstw i branż. Analiza wyników i wnioskowanie.

Metody kształcenia

Wykład konwencjonalny, metoda podająca, prezentacja danych i informacji (rzutnik, foliogram), prezentacja multimedialna, komunikacja interaktywna, analiza studium przypadku, projektowanie rozwiązań, praca w zespołach zadaniowych, metoda projektów, prezentacja, dyskusja.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Opisuje metody analizy strategicznej, opracowywania i wdrażania strategii oraz jej implementacji w rozwiązaniu problemów zarządzania.	K_U01	- egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne - obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	- Wykład - Laboratorium
Student rozpoznaje procesy, zjawiska, podmioty mające wpływ na zarządzanie strategiczne.	K_U08	bieżąca kontrola na zajęciach	Laboratorium
Student aktywnie uczestniczy w pracy zespołowej i przyjmuje odpowiednie role. Na forum grupy prezentuje wyniki swojej pracy	K_K02	bieżąca kontrola na zajęciach	Laboratorium
Student definiuje podstawowe pojęcia z zakresu analizy strategicznej.	K_W01	- bieżąca kontrola na zajęciach - egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne	- Wykład - Laboratorium

Opis efektu	Symbol e efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Potrafi zastosować poznane metody analityczne w odniesieniu do realiów gospodarczych. Dokonywać analiz i wnioskowania.	• K_U02	• bieżąca kontrola na zajęciach • egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne	• Wykład • Laboratorium
Student analizuje dane dotyczące potencjału strategicznego przedsiębiorstwa. Student potrafi samodzielnie analizować zjawiska i procesy w otoczeniu firmy.	• K_U02	• bieżąca kontrola na zajęciach	• Laboratorium

Warunki zaliczenia

Wykład – egzamin z oceną, laboratorium – zaliczenie z oceną.

Zaliczenie laboratorium: warunkiem zaliczenia jest wykazanie się znajomością metod analizy strategicznej. Przedstawienie cząstkowych i końcowego opracowania projektu obejmującego analizę potencjału wewnętrznego przedsiębiorstwa oraz analizy otoczenia bliskiego i dalszego, identyfikacji strategii oraz jej implementacji w rozwiązaniu problemów zarządzania. Uzasadnienie wyboru zastosowanych metod oraz wyników pracy.

Egzamin z wykładu: opisowy z zagadnień omówionych na wykładzie.

Na ocenę końcową z przedmiotu składa się ocena z laboratorium (50%) i wykładu (50%).

Literatura podstawowa

1. Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 2003.
2. Krupski R. (red.), Zarządzanie strategiczne, Wałbrzyska Wyższa Szkoła Zarządzania i Przedsiębiorczości, Wałbrzych 2008.
3. Morgan M., Levitt R.E., Malek W., Skuteczne wdrażanie strategii, PWN, Warszawa 2010.
4. Obłój K., Strategia organizacji, w poszukiwaniu stałej przewagi konkurencyjnej, PWE, Warszawa 2007.
5. Rokita J., Zarządzanie strategiczne. Tworzenie i utrzymanie przewagi strategicznej, PWE, Warszawa 2004.

Literatura uzupełniająca

1. Kaplan R. S., Horton D. P., Strategiczna karta wyników, PWN, Warszawa 2007.
2. Krupski R. (red.), Elastyczność organizacji, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2008.
3. Łobejko S., PierścioneK Z. (red), Zarządzanie strategiczne w praktyce polskich przedsiębiorstw, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2011.
4. Penc-Pietrzak I., Analiza strategiczna w zarządzaniu firmą. Koncepcje i zastosowania, Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2003.
5. Romanowska M., Wachowiak P. (red.), Koncepcje i narzędzia zarządzania strategicznego, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2006.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr hab. inż. Wiesław Danielak, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 28-05-2018 17:12)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ