

Analiza strategiczna przedsiębiorstwa - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Analiza strategiczna przedsiębiorstwa
Kod przedmiotu	04.9-WZ-EkoP-ASP
Wydział	Wydział Ekonomii i Zarządzania
Kierunek	Ekonomia
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2021/2022

Informacje o przedmiocie	
Semestr	2
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
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	Zaliczenie na ocenę
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: Istota strategii i analizy strategicznej. Formułowanie celów, misji i wizji przedsiębiorstw. Istota i znaczenie interesariuszy w działalności przedsiębiorstwa. Definiowanie grup interesariuszy i strategii adekwatnej do ich cech. Wykorzystanie metod do analizy potencjału rozwojowego przedsiębiorstwa.

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	- obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta - praca zaliczeniowa z wykładu	- 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 - praca zaliczeniowa z wykładu	- 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 • praca zaliczeniowa z wykładu	• 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 – zaliczenie 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.

Zaliczenie z wykładu: praca pisemna z zagadnień omówionych na wykładzie. Na ocenę końcową z przedmiotu składa się ocena z laboratorium (50%) i wykładu (50%).

Literatura podstawowa

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

Literatura uzupełniająca

- Kaplan R. S., Horton D. P., Strategiczna karta wyników, PWN, Warszawa 2007.
- Krupski R. (red.), Elastyczność organizacji, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2008.
- Łobejko S., Pierścionek Z. (red), Zarządzanie strategiczne w praktyce polskich przedsiębiorstw, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2011.
- Penc-Pietrzak I., Analiza strategiczna w zarządzaniu firmą. Koncepcje i zastosowania, Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2003.
- 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: 24-05-2021 10:37)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ