**Nazwa przedmiotu:**

Zarządzanie strategiczne

**Koordynator przedmiotu:**

Prof. dr hab. Grażyna Gierszewska

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Zarządzanie i Inżynieria Produkcji

**Grupa przedmiotów:**

Wspólne

**Kod przedmiotu:**

ZASTR

**Semestr nominalny:**

1 / rok ak. 2012/2013

**Liczba punktów ECTS:**

3

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

15 godzin

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

15 godzin

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

15 godzin

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 15h |
| Ćwiczenia:  | 15h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Wiedza z zakresu podstaw zarządzania i nauk o organizacji

**Limit liczby studentów:**

-

**Cel przedmiotu:**

Cele kształcenia: zapoznanie studentów ze współczesną wiedzą z zakresu zarządzania strategicznego i metodami analizy strategicznej, przygotowanie studentów do przygotowania prac magisterskich z dziedziny zarządzania strategicznego.

**Treści kształcenia:**

Zarządzanie strategiczne jako proces: podstawowe definicje, misja, strategia, cele, zadania organizacji, etapy procesu ZS. Zakres i wykorzystanie analizy strategicznej: metody analizy strategicznej. Analiza makrootoczenia przedsiębiorstw, segmenty: ekonomiczny, polityczny, demograficzny, społeczny, polityczno-regulacyjny.Metody scenariuszowe, metoda delficka, ekstrapolacja trendów, FORESIGHT.
Globalizacja i regionalizacja – szanse czy zagrożenia
Analiza otoczenia konkurencyjnego; model konkurencji M. Portera, ocena atrakcyjności sektora, grupy strategiczne, krzywa doświadczeń, badanie potencjału globalizacyjnego sektora.
Fuzje i alianse strategiczne: rodzaje, procesy, uwarunkowania, korzyści, formy koncentracji przedsiębiorstw – grupy kapitałowe.
Przedsiębiorstwo partnerskie.
Analiza potencjału strategicznego organizacji: cykl życia produktu i technologii, analiza kluczowych czynników sukcesu, łańcuch wartości, pozycja i bilans strategiczny przedsiębiorstwa.
Metody portfelowe w analizie potencjału strategicznego przedsiębiorstwa: procedura analizy portfelowej, metoda BCG, macierz McKinseya, macierz ADL, macierz Hofera, portfel technologiczny przedsiębiorstwa.
Użyteczność analizy SWOT w ocenie potencjału firmy: sekwencja działań, strategie.
Segmentacja strategiczna. Formułowanie i wdrażanie strategii w przedsiębiorstwie: rodzaje strategii, krzywa U Portera, model strategii Ansoffa, reorientacja strategiczna.

**Metody oceny:**

W ramach pracy własnej student zobowiązany jest do opracowania dwóch tematów – jednego związanego z analizami otoczenia i jednego dotyczącego potencjału organizacji.
1. Analizy makrootoczenia dla wybranego przedsiębiorstwa i opracowanie scenariuszy,
2. Model M. Portera dla konkretnej organizacji,
3. Mapa grup strategicznych
4. Analiza procesów koncentracji na przykładzie wybranego sektora
5. Kluczowe czynniki sukcesu
6. Metoda portfelowa
7. Łańcuch wartości
8. Potencjał strategiczny
Oceniana jest także aktywność na zajęciach i praca w grupach.

**Egzamin:**

tak

**Literatura:**

Pozycje podstawowe:
G. Gierszewska, M. Romanowska, Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, wyd. IV, Warszawa, PWE 2009. Rozdziały 2, 3, 4, 5.
G. Gierszewska, Strategie przedsiębiorstw w dobie globalizacji, Wyd. Wyższej Szkoły Handlu i Prawa, Warszawa 2003.
Rozdziały 2, 3, 6.
Literatura uzupełniającą
M.E. Porter, Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów. PWE, Warszawa 1994. Część I
Strategor. Zarządzanie firmą. Strategie. Struktury. Decyzje. Tożsamość., PWE Warszawa 1995. Rozdziały 1, 2, 5G.S. Yip, Strategia globalna. Światowa przewaga konkurencyjna, PWE, Warszawa 1996. Rozdziały 2, 3, 8.

**Witryna www przedmiotu:**

-

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt :**

Student na zajęciach zdobędzie wiedzę dotyczącą: • roli analizy strategicznej w budowaniu konkurencyjności przedsiębiorstwa na rynku i w sektorze, • narzędzi i metod stosowanych przy formułowaniu i wdrażaniu strategii organizacji, • znaczenia procesów globalizacji we współczesnej gospodarce i przedsiębiorstwie, • oddziaływania otoczenia na przedsiębiorstwo i dlaczego zarządzanie strategiczne jest skuteczne w procesach dostosowawczych do zmian.

Weryfikacja:

Projekt

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_W01

**Powiązane efekty obszarowe:** T2A\_W08

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt Wpisz opis:**

Student pozyskuje umiejętności: • przygotowania w firmie, w której zostanie zatrudniony (lub w której pracuje), podstawowych analiz strategicznych, • krytycznej oceny szans i zagrożeń w otoczeniu i słabych i mocnych stron organizacji oraz zaproponowania rozwiązań problemów, • zastosowania analizy przypadków formułowania i wdrażania strategii organizacji firm polskich i zagranicznych, o zasięgu globalnym i w małych przedsiębiorstwach działających na lokalnych rynkach, • oceny skuteczności strategii przedsiębiorstwa przy pomocy metod, których nauczy się na zajęciach, • poszukiwania i wyboru metod zarządzania przedsiębiorstwem, adekwatnych dla danej firmy.

Weryfikacja:

Projekt

**Powiązane efekty kierunkowe:** k\_U11

**Powiązane efekty obszarowe:** T2A\_U09

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt Wpisz opis:**

Student zdobędzie kompetencje w zakresie: • współpracy w grupach projektowych, • gotowości do negocjacji i kompromisu przy rozwiązywaniu trudnych dla organizacji problemów, • prezentacji swojego zdania dotyczącego sposobu rozwiązania problemu, • przygotowania projektu wybranych metod analizy strategicznej i przedstawienia go na forum publicznym.

Weryfikacja:

Projekt

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_K01, K\_K06

**Powiązane efekty obszarowe:** T2A\_K01, T2A\_K03