**Nazwa przedmiotu:**

Warsztaty projektowe - Analiza i ocena strategii

**Koordynator przedmiotu:**

prof. dr hab. Gierszewska Grażyna

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

kierunkowe

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

2 / rok ak. 2018/2019

**Liczba punktów ECTS:**

4

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

4 ECTS:
30h warsztatów projektowych + 20h. przygotowanie studenta do zajęć + 40h. opracowanie projektu strategii przedsiębiorstwa + 30h. konsultacje indywidualne i w grupach = 120h

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

2 ECTS:
30h warsztatów projektowych + 30h. konsultacje indywidualne i w grupach = 60h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

4 ECTS:
30h warsztatów projektowych + 20h. przygotowanie studenta do zajęć + 40h. opracowanie projektu strategii przedsiębiorstwa + 30h. konsultacje indywidualne i w grupach = 120h

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

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 0h |
| Ćwiczenia:  | 0h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 30h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Wszystkie przedmioty modułu Zarządzanie

**Limit liczby studentów:**

- od 25 osób do limitu miejsc w sali audytoryjnej (projekt)

**Cel przedmiotu:**

Wykształcenie umiejętności rozpoznawania kluczowych dla funkcjonowania przedsiębiorstwa zjawisk, trendów, procesów w otoczeniu organizacji i jej wnętrzu decydujących o sformułowaniu i wdrożeniu skutecznych strategii.
Wykształcenie umiejętności posługiwania się metodami zarządzania strategicznego, a przede wszystkim oceny ich użyteczności w procesach formułowania strategii.

**Treści kształcenia:**

Projekt:
1. Wprowadzenie organizacyjne i teoretyczne
2. Wybór przedsiębiorstwa do analizy i oceny jego strategii
3. Ocena uwarunkowań przedsiębiorstwa do działania w makrootoczeniu
4. Ocena uwarunkowań przedsiębiorstwa do działania w otoczeniu konkurencyjnym
5. Wyznaczenie pozycji strategicznej przedsiębiorstwa w sektorze i określenie możliwości jej zmiany
6. Formy współpracy przedsiębiorstwa w sektorze: alianse, kooperencja, partnerstwo, współpraca w klastrach
7. Ocena potencjału strategicznego przedsiębiorstwa:
• struktura portfela produktowego,
• segmentacja rynkowa,
• logistyka zaopatrzenia i sprzedaży,
• pomiar kapitału intelektualnego, analiza i ocena metod zarządzania ludźmi.
8. Sformułowanie strategii ogólnej przedsiębiorstwa
9. Sformułowanie strategii funkcjonalnych przedsiębiorstwa:
• produktowo-rynkowej,
• zarządzania ludźmi i innymi zasobami niematerialnymi,
• inwestycyjno-finansowej.
10. Ocena wykonalności strategii: warunki zewnętrzne i wewnętrzne
11. Kierunki zmian organizacji w perspektywie 3-5 lat

**Metody oceny:**

Projekt:
1. Ocena formatywna: obecność na zajęciach potwierdzona listą obecności.
Studenci pracują na zajęciach nad przygotowaniem projektu strategii dla wybranego przedsiębiorstwa.
2. Ocena formatywna: ocena poprawności ćwiczeń wykonanych przez studentów. Elementy ćwiczeń są dyskutowane na każdych zajęciach. Oceniana jest wartość merytoryczna ćwiczeń, ich poprawność metodyczna, argumentacja i uzasadnienie przyjętego rozwiązania oraz terminowość wykonania prac.
Ocena ćwiczeń w zakresie 0-5 pkt na osobę.
Projekt końcowy wykonywany przez zespół, projekt oceniany jest w zakresie 0-10 pkt na osobę.
Do zaliczenia wymagane jest oddanie projektu z wszystkimi ćwiczeniami (analizami). Student, który zebrał ponad 50% możliwych punktów, co daje ocenę >=3.
Ocena sumaryczna : suma punktów uzyskanych za wykonane ćwiczenia i ocena za projekt końcowy. Przedmiot uznaje się za zaliczony, jeśli ocena z ćwiczeń i wykładu jest >=3

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa i uzupełniająca: podana w sylabusach ze specjalności

**Witryna www przedmiotu:**

www.olaf.wz.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt Z2\_W01:**

absolwent zna i rozumie: w pogłębionym stopniu teorie naukowe właściwe dla nauk o zarządzaniu i kierunki ich rozwoju, a także zaawansowaną metodologię badań ze szczególnym uwzględnieniem uwarunkowań zarządzania projektami, zarządzania zmianami, logistyki, zasady budowania inteligentnego przedsiębiorstwa

Weryfikacja:

ocena z projektu i pracy na ćwiczeniach

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z2\_W15:**

zasady zarządzania zasobami niematerialnymi, w tym własności intelektualnej oraz formy rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości i budowania relacji z otoczeniem

Weryfikacja:

ocena z projektu

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt Z2\_U01:**

absolwent potrafi: identyfikować ważniejsze problemy organizacyjno-zarządcze w przedsiębiorstwie, dokonywać analizy przyczyn ich występowania, dobierać i stosować adekwatne metody ich rozwiązania na poziomie strategicznym, a także identyfikować, interpretować i wyjaśniać złożone zjawiska i procesy społeczne oraz relacje między nimi z wykorzystaniem wiedzy z zakresu zarządzania

Weryfikacja:

ocena z projektu

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z2\_U15:**

dokonywać krytycznej analizy stanu obecnego i jego niewystarczalności w stosunku do stanu oczekiwanego

Weryfikacja:

ocena opracowanej strategii organizacji i strategii funkcjonalnych

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt Z2\_K03:**

absolwent jest gotów: do wypełniania zobowiązań wobec organizacji oraz inspirowania i organizowania działalności na rzecz organizacji

Weryfikacja:

obserwacja pracy studentów w grupach

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z2\_K02:**

uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz konieczności samokształcenia się przez całe życie

Weryfikacja:

analizy studiów przypadków w zespołach

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**