



Kierunek studiów	Informatyczne Techniki Zarządzania
Profil	Praktyczny
Stopień studiów	2-go stopnia
Forma studiów	niestacjonarne

## Sylabus przedmiotu Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie

### 1. Dane podstawowe

Status programowy przedmiotu	Blok A: Koncepcje i metody zarządzania
Rodzaj przedmiotu	Obligatoryjny
Kod przedmiotu	TZM-ZSP-ZR
Rok studiów	2
Semestr	3
Osoba odpowiedzialna za przedmiot	dr Jacek Stefański
Język wykładowy	polski

### 2. Wymiar godzin i forma zajęć

Rodzaj	Liczba godzin
Wykład	16
Ćwiczenia	8
Konwersatorium	16
Razem godzin	40

### 3. Cele przedmiotu

Kod	Cel
CP1	Studenci poznają koncepcje i metody planowania strategicznego we współczesnych przedsiębiorstwach. Główny nacisk położono na aspekty praktyczne, dlatego też narzędziem wykorzystywanym na zajęciach jest analiza przypadków (case studies), dotyczących realnych przedsiębiorstw.
CP2	C2 Studenci zdobywają umiejętności dotyczące budowania strategii firmy, poczynając od oceny jej kondycji finansowej i pozycji rynkowej, analizy branży, określenia zasobów i możliwości firmy, znalezienia sposobów wypracowania przewag konkurencyjnych, zdefiniowania opcji strategicznych i ich wpływu na wartość firmy oraz wyboru najlepszej strategii.
CP3	Studenci zdobywają odpowiednie kompetencje społeczne, przygotowujące do uczestniczenia w pracy zespołów, w szczególności tworzących strategię firm, także w drodze dyskusji i negocjacji, które są elementem składowym ćwiczeń.

### 4. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji

Podstawy finansów przedsiębiorstw i microekonomii. Przydatna jest również wiedza z przedmiotu Rynki Kapitałowe - zrozumienie istoty wartości firmy.

### 5. Efekty uczenia się

#### Wiedza

Kod	Student zna i rozumie:	Realizuje cel	Efekty kierunkowe
EU-W1	Studenci znają metody analizy kondycji finansowej przedsiębiorstwa, identyfikacji jego kluczowych zasobów i możliwości.	CP1	K1P_W05, K1P_W11
EU-W2	Studenci mają pogłębioną wiedzę o metodach analizy otoczenia, bliższego oraz dalszego, firmy, co obejmuje także wiedzę o relacjach pomiędzy różnymi elementami otoczenia gospodarczego i społecznego oraz o wzajemnym oddziaływaniu pomiędzy firmą a jej otoczeniem.	CP1	K1P_W04, K2P_W11

Kod	Student zna i rozumie:	Realizuje cel	Efekty kierunkowe
EU-W3	Studenci mają rozszerzoną wiedzę o metodologii opracowywania strategii firmy, przy wykorzystaniu wyników analiz jej wnętrza oraz jej otoczenia. Obejmuje to także sposoby budowania przewag konkurencyjnych.	CP1	K1P_W04, K2P_W03
EU-W4	Studenci posiadają rozszerzoną wiedzę o ewolucji koncepcji analizy strategicznej w ostatnich dziesięcioleciach, a także wiedzę dotyczącą praktycznego stosowania metodologii wypracowywania strategii w wybranych czołowych firmach polskich i zagranicznych.	CP1	K1P_W04, K2P_W11

## Umiejętności

Kod	Student potrafi:	Realizuje cel	Efekty kierunkowe
EU-U1	Studenci zdobywają umiejętność analizowania dalszego otoczenia firmy, między innymi czynników makroekonomicznych, demograficznych, związanych z regulacjami prawnymi, wymaganiami środowiskowymi i trendami społecznymi. Umieją także ocenić wpływ i znaczenie tych czynników dla danej firmy.	CP2	K1P_U04, K2P_U08
EU-U2	Studenci posiadają umiejętność analizowania bliższego otoczenia firmy, obejmującego jej istniejących konkurentów, klientów, dostawców, substytuty, produkty komplementarne, a także potencjalnych konkurentów. Studenci umieją także dokonać segmentacji rynku oraz branży dla danej firmy.	CP2	K1P_U04, K2P_U08
EU-U3	Studenci nabywają umiejętności analizy wnętrza firmy, obejmującej jej kondycję finansową oraz stan organizacji i zarządzania. Umie też zidentyfikować podstawowe, kluczowe z punktu widzenia strategicznego, zasoby i umiejętności firmy. Umieją także sformułować podstawowe zalecenia restrukturyzacyjne dla danej firmy.	CP2	K1P_U04, K2P_U03
EU-U4	Studenci nabywają umiejętność strategicznego pozycjonowania firmy, a następnie wypracowywania jej przewag konkurencyjnych i sformułowania jej wieloletniej strategii. Student posiada umiejętność modelowania i prognozowania efektów opracowanej strategii. Potrafią także badać rozmaite scenariusze rozwoju sytuacji i analizować ich wrażliwość na wybrane czynniki.	CP2	K2P_U07, K2P_U08
EU-U5	Studenci nabywają umiejętność korzystania z rozmaitych źródeł danych dotyczących firm i branż. Opanowują też umiejętność przygotowania opracowania opisującego cały proces prowadzący do opracowania strategii firmy.	CP2	K1P_U09, K1P_U10

## Kompetencje

Kod	Student jest gotów do:	Realizuje cel	Efekty kierunkowe
EU-K1	Studenci rozumieją potrzebę zdobywania nowych kompetencji stosownie do ewolucji sytuacji w rozmaitych, analizowanych branżach. Są też przygotowani do uzupełniania nabytej wiedzy i umiejętności.	CP3	K1P_K01, K2P_K01
EU-K2	Studenci potrafią określić wagi analizowanych czynników, z punktu widzenia ich wpływu na sytuację strategiczną firmy, a następnie priority wymaganych działań.	CP3	K2P_K03, K2P_K05
EU-K3	Studenci potrafią myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy z poszanowaniem zasad etycznych, są też przygotowani do pracy w przedsiębiorstwach i na własny rachunek.	CP3	K1P_K05, K2P_K05
EU-K4	Studenci zdobywają odpowiednie kompetencje społeczne, dotyczące uzasadniania swoich koncepcji i działań w grupie współpracowników, a także uczestniczenia w merytorycznych dyskusjach oraz prowadzenia ich.	CP3	K2P_K01, K2P_K02, K2P_K06

## 6. Treści programowe

Kod	Tematyka	wykład	ćwiczenia	konwersatorium	Realizuje efekt
TP1	Koncepcja strategii i planowania strategicznego. Różne podejścia do formułowania strategii. Dobór strategii a wartość firmy.	2	0	2	EU-K1, EU-K4, EU-W3, EU-W4
TP2	Otoczenie dalsze i bliższe firmy. Analiza otoczenia firmy – konkurenci branżowi, klienci, dostawcy, substytuty, rynek, produkty komplementarne. Wpływ otoczenia makroekonomicznego.	2	2	2	EU-K2, EU-K3, EU-U2, EU-U5, EU-W2
TP3	Segmentacja rynku, na którym działa firma. Różne kryteria segmentacji. Pozycjonowanie firmy. Porównania branżowe.	2	2	2	EU-K3, EU-K4, EU-U1, EU-U2, EU-U5, EU-W2
TP4	Analiza otoczenia branżowego – konkurencja oraz analiza branży. Kluczowe czynniki sukcesu w różnych branżach. Przykład analizy – wystąpienie Steve Jobs'a dla pracowników firmy Next.	2	0	2	EU-K2, EU-K3, EU-K4, EU-U1, EU-U2, EU-W2, EU-W4
TP5	Analiza zasobów i możliwości firmy. Analiza kondycji finansowej firmy, restrukturyzacja.	2	2	2	EU-K2, EU-K3, EU-K4, EU-U3, EU-U5, EU-W1
TP6	Przewaga konkurencyjna – jej istota i typy (kosztowa, zróżnicowania). Sposoby zyskania przewagi konkurencyjnej. Przykłady – wystąpienie Warren Buffet'a dla studentów MBA - omówienie poruszanych problemów.	2	0	2	EU-K3, EU-K4, EU-U4, EU-W3, EU-W4
TP7	Sposoby stwarzania, a następnie utrzymywania przewagi konkurencyjnej i jej przełożenia na wartość firmy. Konkurencyjna przewaga kosztowa.	2	0	2	EU-K2, EU-K3, EU-K4, EU-U4, EU-W3
TP8	Przewagi oparte na zróżnicowaniu (differentiation) – sposoby ich uzyskiwania i utrzymania. Przykłady konkretnych firm z różnych branż.	2	2	2	EU-K2, EU-K3, EU-K4, EU-W3

Razem godzin: 40

## 7. Metody kształcenia

Kod	Metoda
M1	Wykłady z wykorzystaniem prezentacji komputerowych, rzutnika multimedialnego, diagramów i tablicy.
M2	Wystąpienia (w formie video - poprzez rzutnik) znanych przedsiębiorców i inwestorów (Steve Jobs, Warren Buffet), ilustrujące omawiane na wykładach i ćwiczeniach zagadnienia strategiczne na przykładach konkretnych branż i firm.
M3	Dyskusje podczas ćwiczeń (na każde ćwiczenia studenci muszą przygotować się do dyskusji – zagadnienia do opracowywania są umieszczane w uczelnianym systemie informatycznym uczelni - UBI).
M4	Zbiorowe rozwiązywanie, podczas dyskusji na ćwiczeniach, zagadnień dotyczących przypadków konkretnych firm (case studies). Omawianie różnych aspektów i wniosków.
M5	Pod koniec semestru (opcjonalnie) – samodzielne sporządzenie opisu wybranego zagadnienia natury strategicznej dla wybranej firmy, w formie kompletnego opracowania na papierze (praca nieobowiązkowa domowa – tematy do wyboru są z wyprzedzeniem podane przez prowadzącego).
M6	Komputer wraz z oprogramowaniem (arkusz kalkulacyjny MS Excel, Internet) – wykorzystywane przede wszystkim podczas pracy w domu.
M7	Podręczniki, materiały z firm i firm konsultingowych, statystyczne i z innych źródeł (polskich i zagranicznych), a także materiały dydaktyczne zamieszczone przez prowadzącego w systemie informatycznym UBI.

## 8. Nakład pracy studenta

Aktywność studenta	Obciążenie
Przygotowanie do egzaminu	40
Przygotowanie opracowania (referatu) pisemnego	14
Samodzielne wykonanie prac domowych	31
Praca z nauczycielem związana z: ćwiczenia	8
Praca z nauczycielem związana z: konwersatorium	16
Praca z nauczycielem związana z: wykład	16
Liczba punktów ECTS (1 punkt=25h)	5
Procentowy udział pracy własnej studenta w sumarycznym obciążeniu studenta	68,00%
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	125

## 9. Status zaliczenia przedmiotu

W systemie Inpera. Pytania otwarte.

Forma studiów	Egzamin	Praca egzaminacyjna	Zaliczenie	Praca zaliczeniowa
niestacjonarne	×			

## 10. Metody weryfikacji efektów uczenia się

Składowe oceny końcowej

Forma sprawdzenia	Wybrana forma	Punktacja	Realizuje efekt
Egzamin pisemny	×	50	
Egzamin ustny			
Sprawdzian pisemny			
Zaliczeniowy przegląd prac			
Referat pisemny	×	20	
Referat ustny			
Kolokwium			
Praca domowa			
Miniprojekt			
Praca na zajęciach			
Projekt z dokumentacją			
Ustna prezentacja projektu			
Obecność na zajęciach	×	30	
Sprawdzian ustny			
Kartkówka			
Aktywność na zajęciach			
Egzaminacyjny przegląd prac			
Sprawozdanie z praktyki zawodowej			
Prezentacja indywidualna			
Prezentacja zespołowa			

Zasady wyliczania oceny z przedmiotu

Zakres punktów	Ocena
0 – 50	2,0
51 – 60	3,0
61 – 70	3,5
71 – 80	4,0
81 – 90	4,5
91 – 100	5,0

## 11. Macierz realizacji przedmiotu

Efekt uczenia się	Cel przedmiotu	Treści programowe	Metody kształcenia
EU-W1	CP1	TP5	M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7
EU-W2	CP1	TP2, TP3, TP4	M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7

Efekt uczenia się	Cel przedmiotu	Treści programowe	Metody kształcenia
EU-W3	CP1	TP1, TP6, TP7, TP8	M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7
EU-W4	CP1	TP1, TP4, TP6	M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7
EU-U1	CP2	TP3, TP4	M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7
EU-U2	CP2	TP2, TP3, TP4	M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7
EU-U3	CP2	TP5	M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7
EU-U4	CP2	TP6, TP7	M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7
EU-U5	CP2	TP2, TP3, TP5	M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7
EU-K1	CP3	TP1	M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7
EU-K2	CP3	TP2, TP4, TP5, TP7, TP8	M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7
EU-K3	CP3	TP2, TP3, TP4, TP5, TP6, TP7, TP8	M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7
EU-K4	CP3	TP1, TP3, TP4, TP5, TP6, TP7, TP8	M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7

## 12. Odniesienie efektów uczenia się

Efekt uczenia się	Efekty kształcenia dla kierunku studiów	Charakterystyki drugiego stopnia w obszarze kształcenia
EU-W1	K1P_W05, K1P_W11	P6S_WG
EU-W2	K1P_W04, K2P_W11	P6S_WK, P7S_WG
EU-W3	K1P_W04, K2P_W03	P6S_WK, P7S_WK
EU-W4	K1P_W04, K2P_W11	P6S_WK, P7S_WG
EU-U1	K2P_U08, K1P_U04	P6S_UW, P7S_UW
EU-U2	K2P_U08, K1P_U04	P6S_UW, P7S_UW
EU-U3	K2P_U03, K1P_U04	P6S_UW, P7S_UW
EU-U4	K2P_U08, K2P_U07	P7S_UW
EU-U5	K1P_U10, K1P_U09	P6S_UU, P6S_UW
EU-K1	K2P_K01, K1P_K01	P6S_KK, P7S_KK
EU-K2	K2P_K05, K2P_K03	P7S_KO, P7S_KR
EU-K3	K2P_K05, K1P_K05	P6S_KR, P7S_KR
EU-K4	K2P_K01, K2P_K02, K2P_K06	P7S_KK, P7S_KO

## 13. Literatura

### Literatura podstawowa

1. Grant R.M., Contemporary Strategy Analysis. 4th, 9th Edition , Blackwell , 2002, 2016
2. Stabryła A., Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy , PWN, Warszawa, 2000

### Literatura uzupełniająca

1. Prospekty emisyjne, sprawozdania finansowe i inne materiały dotyczące analizowanych firm (W.Kruk, Vistula, Apple).
2. Damodaran A., Applied Corporate Finance , John Wiley & Sons, 2006
3. Kotler Ph., Keller K.L., Brady M., Goodman M., Hansen T., Marketing Management, Pearson Education/ Prentice Hall , 2009
4. Oblój K., Strategia organizacji, PWE, Warszawa, 2001
5. Ritchie J.C., Analiza fundamentalna, WIG Press, Warszawa, 1997
6. Urbankowska-Sojkin E. i inni, Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem , PWE, Warszawa, 2004

## 14. Informacje o nauczycielach akademickich

Osoby odpowiedzialne za przedmiot

1. dr Jacek Stefański

Osoby prowadzące przedmiot

1. dr Jacek Stefański