Analiza strategiczna przedsiębiorstw (konwersatorium) - 2019/2020

Opis zajęć

Informacje ogólne

Prowadzący: dr Maria Paździor
Organizator: Wydział Nauk Społecznych - Instytut Ekonomii i Zarządzania
Liczba godzin tydzień/semestr: 1/15
Język wykładowy: Język polski

Cele przedmiotu

C1- Przedstawienie istoty zarządzania strategicznego w rozwoju przedsiębiorstw.
C2- Przedstawienie praktycznego podejścia w zarządzaniu na podstawie analizy strategicznej.

Wymagania wstępne

W1- Podstawowa wiedza z zakresu organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem.
W2- Podstawowa wiedza z zakresu ekonomii.

Efekty kształcenia dla przedmiotu

WIEDZA
Studenci zdobędą wiedzę na temat analizy strategicznej przedsiębiorstwa, poznają kluczowe teorie dotyczące analizy strategicznej.
Poznają najważniejsze szkoły zarządzania strategicznego.
Poznają zastosowanie konkretnych metod analizy strategicznej w konkretnych sytuacjach.
UMIEJĘTNOŚCI
Student interpretuje i wyjaśnia zjawiska społeczno-gospodarcze wpływające na rozwój i konkurencyjność przedsiębiorstw.
Analizuje procesy i zjawiska społeczno-gospodarcze stosując metody planowania strategicznego, jak również ocenia ich wpływ na perspektywy rozwoju przedsiębiorstwa.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE (POSTAWY)
Umiejętność pracy zespołowej, komunikatywność.
Możliwość pozyskiwania i łączenia wiedzy z różnych dziedzin w celu rozwiązania problemów strategicznych przedsiębiorstwa.

Metody dydaktyczne

1. Prezentacja
2. Analiza przypadku
3. Dyskusja

Treści programowe przedmiotu

1. Podstawowe pojęcia dotyczące zarządzania strategicznego (szkoły zarządzania strategicznego oraz ich specyfika. Strategie przedsiębiorstw – pojęcie strategii;
2. Model strategii przedsiębiorstwa; klasyfikacja i typologia strategii przedsiębiorstw; hierarchia strategii w przedsiębiorstwie.
3. Psychologiczne aspekty zarządzania strategicznego
Przykład praktyczny.
4. Analiza otoczenia rynkowego (instrumenty i metody).
5. Analiza potencjału strategicznego organizacji. Podejście zasobowe i analiza kluczowych kompetencji.
6. Narzędzia analizy strategicznej
7. Zarządzanie wiedzą w strategiach przedsiębiorstw
8. Podsumowanie pracy studentów (1)

Kryteria oceny i sposoby weryfikacji zakładanych efektów kształcenia

1.Ocena na podstawie prezentacji i aktywności studentów

Literatura podstawowa i uzupełniająca

1. Stabryła A., Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2017
2. Gierszewska G. Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, 2016

Literatura uzupełniająca:

1. Romanowska M, Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie, PWE, WARSZAWA, 2016

Kierunek studiów: Ekonomia (stacjonarne II stopnia)

Lokalizacja w planach rocznych:

Etap: Rok II - Semestr 3
Punkty ECTS: 2
Forma zaliczenia: Zal. na ocenę

Terminarz:

Data	Dzień	Sala	Godz.od-do
2019-12-10	wtorek	C-324	12:30 - 14:10
2020-01-14	wtorek	C-324	12:30 - 14:10
2020-01-28	wtorek	C-324	12:30 - 14:10