**Nazwa przedmiotu:**

Zarządzanie strategiczne

**Koordynator przedmiotu:**

 Dr inż. Agata Lamparska

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

Wspólne

**Kod przedmiotu:**

ZASTR

**Semestr nominalny:**

3 / rok ak. 2010/2011

**Liczba punktów ECTS:**

4

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

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

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

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

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 270h |
| Ćwiczenia:  | 270h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Prerekwizyty: zarządzanie w organizacjach, zarządzanie strategiczne, systemy zarządzania, otoczenie makro- i mikroekonomiczne, globalizacja, misja, wizja, strategia, cele, polityki, programy, budżety, procedury, ocena i kontrola, analiza strategiczna, metody analizy strategicznej, planowanie strategiczne.

**Limit liczby studentów:**

**Cel przedmiotu:**

Formułowanie strategii firmy z uwzględnieniem otoczenia zewnętrznego i wewnętrznego, jak również opanowanie metod analizy strategicznej. Omówienie zasad wyboru wariantów strategii, opracowywania scenariuszy i planów strategicznych oraz ocena i kontrola ich realizacji. Wykład ten stanowi pomoc metodologiczną, umożliwiającą opanowanie przez studentów kreowania strategii, projektowania programów i opracowywania planów strategicznych.

**Treści kształcenia:**

WYKŁAD 1. Definicje zarządzania i kierunki rozwoju systemów zarządzania. 2. Globalizacja i jej charakterystyka oraz wpływ na strategię zarządzania. 3. Pojecie i rozwój zarządzania strategicznego. 4. Misja, wizja i cele strategiczne przedsiębiorstwa. 5. Charakterystyka strategii, jej rodzaje. Strategia dywersyfikacji. 6. Strategie marketingowe, liderzy, pretendencji, naśladowcy i specjaliści. 7. Strategie biznesu i główne kryteria ich wyboru. 8. Zarządzanie strategiczne i jego procesy. 9. Główne kryteria wyboru strategii. Zasady i sposoby ich wyboru. 10. Metody analizy otoczenia. 11. Metody zintegrowane. 12. Metody analizy działania przedsiębiorstwa. 13. Charakterystyka i zadania planowania strategicznego. 14. Modele planowania strategicznego. 15. Kontrola realizacji planowania strategicznego, monitoring i controling. ĆWICZENIA 1. Formułowanie misji, wizji, celów przedsiębiorstwa. 2. Projektowanie strategii ofensywnych i defensywnych. 3. Projektowanie strategii dywersyfikacji. 4. Wybór strategii marketingowych. 5. Wybór strategii biznesu. 6. Metody analizy otoczenia. 7. Metody analizy otoczenia cd. 8. Metody analizy otoczenia cd. 9. Metody zintegrowane. 10. Metody analizy działania przedsiębiorstwa. 11. Metody analizy działania przedsiębiorstwa cd. 12. Metody analizy działania przedsiębiorstwa cd. 13. Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwach. 14. Monitoring i kontroling. 15. Zaliczenie.

**Metody oceny:**

brak

**Egzamin:**

**Literatura:**

1. Grudzewski W., Hejduk I.: Projektowanie systemów zarządzania, DIFIN, Warszawa 2001 2. Grudzewski W., Hejduk I.: Przedsiębiorstwo przyszłości, DIFIN, Warszawa 2000 3. Grudzewski W., Hejduk I.: Przedsiębiorstwo przyszłości - wizja strategiczna, DIFIN, Warszawa 2002 4. Penc J.: Strategia zarządzania, Placet 1995 5. KoŹmiński A., Grudzewski W.: Teoria i praktyka zarządzania w początkach XXI w., Organizacja i kierowanie, 3/1996

**Witryna www przedmiotu:**

**Uwagi:**

## Efekty przedmiotowe