**Nazwa przedmiotu:**

Zarządzanie strategiczne - ZwP

**Koordynator przedmiotu:**

pro. dr hab. Grażyna Gierszewska

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

Wspólne

**Kod przedmiotu:**

**Semestr nominalny:**

3 / rok ak. 2012/2013

**Liczba punktów ECTS:**

3

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

Przygotowanie pracy projektowej

**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: | 30h |
| Ćwiczenia: | 0h |
| Laboratorium: | 0h |
| Projekt: | 0h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Wiedza z podstaw zarządzania i nauk i 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:**

Na zajęciach zostaną omówione teorie zarządzania strategicznego, metody analizy makrootoczenia przedsiębiorstwa i jego segmenty, procesy globalizacji i regionalizacji oraz ich wpływ na funkcjonowanie organizacji. Zaprezentowane zostanie otoczenie konkurencyjne przedsiębiorstwa, związki przedsiębiorstw typu alianse i fuzje, integracja pionowa, relacje partnerskie i kooperencyjne, rywalizacja w grupach strategicznych. Pokazane zostaną diagnozy organizacji, ocena pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa oraz strategie rozwoju i konkurencji przedsiębiorstwa.
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

**Egzamin:**

tak

**Literatura:**

Pozycje podstawowe:
G. Gierszewska, M. Romanowska, Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, wyd. IV, Warszawa, PWE 2009. Rozdziały 2, 3, 4, 5.
Gierszewska G., Strategie przedsiębiorstw w dobie globalizacji, Wyd. Wyższej Szkoły Handlu i Prawa, Warszawa 2003.
Rozdziały 2, 3, 6.
Literatura uzupełniająca
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 Wpisz opis:**

Student na zajęciach zdobędzie wiedzę dotyczącą:

Weryfikacja:

praca projektowa

**Powiązane efekty kierunkowe:** K\_W01

**Powiązane efekty obszarowe:** S2A\_W01

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt Wpisz opis:**

Student pozyskuje umiejętności:

Weryfikacja:

praca projektowa

**Powiązane efekty kierunkowe:** k\_U15

**Powiązane efekty obszarowe:** S2A\_U03

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt Wpisz opis:**

Student zdobędzie kompetencje w zakresie:

Weryfikacja:

praca projektowa

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

**Powiązane efekty obszarowe:** S2A\_K01, S2A\_K02