**Nazwa przedmiotu:**

Analiza konkurencyjności przedsiębiorstwa

**Koordynator przedmiotu:**

prof. dr hab. Grażyna Gierszewska

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

Specjalność: Zarządzanie przedsiębiorstwem w gospodarce globalnej

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

2 / rok ak. 2017/2018

**Liczba punktów ECTS:**

2

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

2 ECTS: 50h: 15h (wykład) + 15h (ćwiczenia) + 10h (projekt) + 1x5h (przygo-towanie się do zajęć) + 5x1h (udział w konsultacjach)

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

1 ECTS: 15 h (wykład) + 15h (ćwiczenia) + 5x1h (konsultacje) = 35h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

1 ECTS: 15h (ćwiczenia) + 10h (projekt) + 5x1h (przygotowanie się do zajęć) = 30h

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

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 15h |
| Ćwiczenia:  | 15h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Wiedza z zarządzania strategicznego i marketingowego. Zdolność myślenia krytycznego, analitycznego, uczenia się przez kooperację, umiejętność pracy zespołowej, umiejętność krytycznego spojrzenia na organizację i problemy, które w niej występują.

**Limit liczby studentów:**

- od 25 osób do limitu miejsc w sali audytoryjnej (wykład) - od 25 osób do limitu miejsc w sali laboratoryjnej (ćwiczenia)

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest, aby po jego zaliczeniu student:
- posiadał wiedzę z zakresu metod analizowania i budowania konkurencyjności, relacji między podmiotami gospodarczymi a innymi instytucjami społecznymi tworzącymi ich otoczenie w skali krajowej i międzynarodowej, metod i technik budowania konkurencyjności polskiego przedsiębiorstwa na rynku europejskim,
- potrafił ocenić skuteczność przedsiębiorstwa wchodzenia na rynki przy pomocy metod analizy, które pozna na zajęciach, określić nie-zbędne zmiany w swoim przedsiębiorstwie konieczne w kontekście konkurowania na nowych rynkach i w nowych sektorach,
- potrafił zaadaptować się i działać w nowych warunkach i sytuacjach
związanych np. z odmiennością kulturową danej grupy.

**Treści kształcenia:**

Wykład:
1) Teorie konkurencyjności, przedsiębiorstwo wobec konkurencji.
2) Formy internacjonalizacji – istota, wady i zalety (motywy umiędzynarodowienia: rynkowe, kosztowe, polityczne, konkurencyjne; internacjonalizacja czynna i bierna; przedsiębiorstwo wielonarodowe;,
2 MSP wobec międzynarodowej konkurencji: grona (cluster), hidden champions,
3) Międzynarodowa konkurencja na poziomie krajów i przedsiębiorstw.
4) Budowanie konkurencyjności w warunkach globalizacji (potencjał konkurencyjny, przewaga i pozycja konkurencyjna, instrumenty konkurowania; międzynarodowa konfiguracja łańcucha.
5) Źródła przewagi konkurencyjnej na rynku globalnym – zasoby niematerialne: (kluczowe kompetencje G. Hamela i C.K. Prahalada, wyróżniające zdolności J. Kay’a; przewaga konkurencyjna na rynku lokalnym i globalnym wg J. Stankiewicza).
6) Instrumenty konkurowania oparte na metodach zarządzania i poszukiwaniu sposobów obniżania kosztów: (strategie przedsiębiorstw globalnych i lokalnych, Koncepcja R.E. Miles’a i C.C. Snow’a, trójkąt globalizacji G. Yip’a, strategie transnacjonalizacji C.A. Bartletta,- i S. Ghoshala). Modele odchudzania firm, outsourcing, reengineering.
7) Zarządzanie międzykulturowe (istota i elementy kultury organizacyjnej; pojęcie wielokulturowości; zarządzanie wielokulturowością; modele zarządzania wielokulturowego: model kulturowej dominacji, kulturowego współistnienia, współpracy kulturowej.
8) Analiza i ocena zasad społecznej odpowiedzialności organizacji w kontekście konkurencyjności.
9) Analiza i ocena sposobów zarządzania ludźmi w firmach międzynarodowych (menedżer globalny, rola kobiet w zarządzaniu na przykładach firm).
Ćwiczenia:
Analiza i ocena konkurencyjności budowanej w oparciu o:
1. źródła przewagi konkurencyjnej - kluczowe kompetencje G. Hamela i C.K. Prahalada;
2. wyróżniające zdolności J. Kay’a;
3. budowanie marki i jakości produktów;
4. przewaga konkurencyjna na rynku lokalnym;
5. outsourcing;
6. re-engineering,
7. zasoby niematerialne.

**Metody oceny:**

A. Wykład:
1. Ocena formatywna: 1) obecność na zajęciach potwierdzana wyrywkowo robioną listą obecności (raz na kilka zajęć), wymagana jest ponad 50% obecność na zajęciach. Egzamin pisemny, wymagana jest ocena >=3,0.
2. Ocena sumatywna : wykłady uznaje się za zaliczone, jeśli ocena z egzaminu pisemnego jest >=3,0.
B. Ćwiczenia:
1) Ocena formatywna: ocena udziału i aktywności w trakcie zajęć, ocena poprawności wykonania ćwiczeń, ocena projektu końcowego zawierający rozwiązania opracowane na przykładzie polskiego przedsiębiorstwa analizowany na ćwiczeniach lub wykładach.
Ocena formatywna: ocena poprawności ćwiczeń wykonanych przez studentów podczas zajęć. Elementy ćwiczeń są dyskutowane na każdych ćwiczeniach.
2) oceniana jest wartość merytoryczna ćwiczeń, ich poprawność metodyczna i kreatywność w odpowiedzi na temat oraz sposób uzasadnienia, terminowość wykonania prac, redakcja prac ćwiczeniowych oraz wynik rozmowy zaliczeniowej członków zespołu z prowadzącym; ocena ćwiczeń w zakresie 0-5 pkt na osobę;
3) 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) oraz student zebrał ponad 50% możliwych punków, co daje ocenę >=3.
2. Ocena sumatywna : suma punktów uzyskanych za wykonane ćwiczenia oraz ocena za projekt końcowy.
C. Końcowa ocena z przedmiotu: Przedmiot uznaje się za zaliczony, jeśli ocena z ćwiczeń i wykładu jest >=3.

**Egzamin:**

tak

**Literatura:**

Obowiązkowa:
[1] Fonfara K., Gorynia M.: Strategie w biznesie międzynarodowym. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2000.
[2] Zorska A. (red.): Korporacje międzynarodowe w Polsce. Wyzwania w dobie globalizacji i regionalizacji. Difin, Warszawa 2002.
[3] Porter M.E.: Porter o konkurencji. PWE, Warszawa 2001. Roma-nowska M.: Alianse strategiczne przedsiębiorstw. PWE, Warszawa, 1997.
Uzupełniająca:
[4] Stankiewicz M.J.: Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji. Dom Organizatora, Toruń 2002.
[5] Stonehouse G., Hamill J., Campbell D., Purdie T.: Globalizacja. Strategia i zarządzanie. Felberg SJA, Warszawa 2001.

**Witryna www przedmiotu:**

www.electurer.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe