

Nazwa przedmiotu		Analiza strategiczna przedsiębiorstwa					Kod ECTS		14.3.E.SZ.3439		
							Pkt.ECTS		2		
Jednostka prowadząca przedmiot				Nazwa kierunku		Ekonomia		Nazwa specjalności		B2EBI;	
Nazwisko prowadzącego		dr Grzegorz Pawłowski									
Forma zajęć/Liczba godzin											
Wykład	6	Ćwiczenia	6	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0
Forma aktywności							Rok i rodzaj studiów:		3 NS1, ,		
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):					14		Semestr:		5,		
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):					36		Status przedmiotu:		Obligatoryjny		
Sumaryczna liczba godzin:					50		Język wykładowy:		polski		
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.									
Metody dydaktyczne		Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Aktywność w grupach, współpraca,									
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi											
Wymagania formalne		brak									
Wymagania wstępne		Znajomość podstawowych teorii zarządzania organizacjami									
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny											
Sposób zaliczenia		Egzamin									
Kryteria oceny		Ćwiczenia: prezentacje studiów przypadków, uwzględniające metody analizy strategicznej: analizę potencjału organizacji, analizę otoczenia konkurencyjnego, analizę makrootoczenia. Egzamin: testy egzaminacyjne jednokrotnego. Ocena zgodnie z Regulaminem studiów.									
Cele przedmiotu											
Przygotowanie studentów do zastosowania metod analizy makrootoczenia, Przygotowanie studentów do zastosowania metod analizy otoczenie konkurencyjnego, Przygotowanie studentów do zastosowania metod analizy potencjału strategicznego przedsiębiorstwa, Zapoznanie z opcjami strategicznymi.											
Efekty uczenia się											
Wiedza		E1_W01	Student zna rolę nauk ekonomicznych w systemie analizy strategicznej i posługuje się uniwersalną terminologią ekonomiczną								
		E1_W04	Student zna rodzaje więzi gospodarczych oraz społecznych i potrafi wskazać ich wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstwa.								
Weryfikacja efektów uczenia się - Wiedza											
Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E1_W01	X							X	X		
E1_W04	X							X	X		
Umiejętności		E1_U01	Student potrafi prawidłowo interpretować zjawiska gospodarcze i społeczne oraz stosować wiedzę z zakresu ekonomii, finansów i nauk o zarządzaniu do oceniania otoczenia konkurencyjnego przedsiębiorstwa oraz jego potencjału wewnętrznego.								
		E1_U02	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną, aby analizować strategiczne czynniki rozwoju przedsiębiorstwa za pomocą metod analizy strategicznej.								
Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności											

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E1_U01								X	X		
E1_U02								X	X		
Kompetencje	E1_K01	Student uznaje znaczenie wiedzy z zakresu ekonomii w procesie identyfikacji i strategicznych rozwiązywania problemów gospodarczych oraz uwzględniania opinii ekspertów w przypadku analizy strategicznych kierunków rozwoju przedsiębiorstwa.									
Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje											
Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E1_K01									X	X	
Treści programowe											
1. Analiza strategiczna jako podstawa budowy planu strategicznego Cele analizy strategicznej, cechy współczesnej analizy strategicznej i jej wyróżniki, użytkownicy analizy strategicznej, obszary analizy strategicznej (analiza "wnętrza" i otoczenia organizacji), czynniki określające zakres analizy strategicznej. 2. Analiza makrootoczenia. Koncepcje analiz makrootoczenia, metody analiz makrootoczenia: metody analizy zmian ciągłych, metody analizy zmian nieciągłych (metody scenariuszowe: scenariusze możliwych zdarzeń, scenariusze symulacyjne, scenariusze stanów otoczenia,scenariusze procesów w otoczeniu), praktyczne opracowanie scenariuszy zmian makrootoczenia. 3. Analiza otoczenia konkurencyjnego. Metody analiz mikrootoczenia: analiza " pięciu sił" M. E. Portera, punktowa ocena atrakcyjności sektora, mapa grup strategicznych, krzywa doświadczenia, praktyczne przygotowani: analizy atrakcyjności sektora, oceny punktowej atrakcyjności sektora, mapy grup strategicznych. 4. Analiza potencjału strategicznego organizacji. Cykl życia produktu i technologii, metody portfelowe - ich atrakcyjność i pułapki, analiza kluczowych czynników sukcesu, punktowa ocena pozycji przedsiębiorstwa w sektorze, ocena pozycji strategicznej przedsiębiorstwa, praktyczne przygotowanie powyższych analiz. 5. SWOT jako kompleksowa metoda analizy strategicznej. Analiza SWOT jako metoda rejestracji i klasyfikacji czynników warunkujących strategię organizacji, etapy analizy SWOT, proces formułowania strategii za pomocą analizy SWOT											
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej											
Literatura podstawowa: 1. Gierszewska G., Romanowska M.: Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa, 2017. 2. Obłój K, Strategia organizacji, PWE, Warszawa, 2014. 3. PierścioneK Z.: Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie, PWN, Warszawa, 2021. 4. Porter M. E.: Strategia konkurencji, MT Biznes, Warszawa, 2010. Literatura uzupełniająca: 1. Clarke L. , Zarządzanie zmianą, wyd. Geberthner i spółka, Warszawa 1997. 2. Kaplan R., Norton D., Mapy strategii w biznesie, GWP Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2011. 3. Penc-Pietrzak I., Analiza strategiczna w zarządzaniu firmą, Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2003. 4. Zimniewicz K., Współczesne koncepcje i metody zarządzania, PWE, Warszawa, 2009. 5. Marchesnay M., Zarządzanie strategiczne, Poltext, Warszawa, 1994. 6. Glinka B., Pawłowski G., Strategiczne wyzwania rozwoju przedsiębiorstwa w otoczeniu globalnym na przykładzie Omida Logistics Group, "Współczesna Gospodarka", 2016, Vol. 7, nr 3, s. 27-43.											
Kontakt			grzegorz.pawlowski@ug.edu.pl ,								