

Nazwa przedmiotu		Podstawy analizy strategicznej w biznesie międzynarodowym					Kod ECTS	14.3.E.SL.3681			
							Pkt.ECTS	2			
Jednostka prowadząca przedmiot		KBM	Nazwa kierunku		MSG	Nazwa specjalności		C1MBM;			
Nazwisko prowadzącego		dr Monika Grottel, dr Tomasz Gutowski, dr Anna Sperska									
Forma zajęć/Liczba godzin											
Wykład	0	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	16	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):						Semestr:		6,			
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):						Status przedmiotu:		Obligatoryjny			
Sumaryczna liczba godzin:						0	Język wykładowy:		polski		
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.									
Metody dydaktyczne		Studia przypadków, Aktywność w grupach, współpraca, Dyskusja na zajęciach konwersatoryjnych,									
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi											
Wymagania formalne		Brak.									
Wymagania wstępne		Brak.									
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny											
Sposób zaliczenia		Zaliczenie na ocenę									
Kryteria oceny		Zajęcia w całości mają charakter praktyczny. Na każdych zajęciach studenci otrzymują opis case study i na jego podstawie na każdych zajęciach przeprowadzają określony rodzaj analizy. Ocena zaliczeniowa wystawiana jest na bazie efektów pracy grupowej - podstawą zaliczenia są punkty za aktywność, które przeliczane są na ocenę zgodnie ze skalą określoną w Regulaminie Studiów.									
Cele przedmiotu											
Celem przedmiotu jest zaznajomienie studentów z różnymi metodami analizy strategicznej oraz możliwościami ich zastosowania w analizie strategicznej przedsiębiorstwa.											
Efekty uczenia się											
Wiedza	MSG1_W04	student ma zaawansowaną wiedzę o różnych rodzajach narzędzi analizy strategicznej									
	MSG1_W05	student zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia oraz rozwoju wybranych form przedsiębiorczości w oparciu o wybrany model analizy strategicznej									
	MSG1_W06	student zna i rozumie relacje między podmiotami gospodarczymi									
	MSG1_W07	student zna i rozumie rodzaje więzi ekonomicznych oraz rządzące nimi prawidłowości									
	MSG1_W10	student zna wybrane metody i narzędzia, pozwalające opisywać i analizować podmioty gospodarcze funkcjonujące na rynku międzynarodowym, a także zna procesy i zjawiska w nich i między nimi zachodzące oraz procesy wspomagające podejmowanie decyzji									
	MSG1_W15	student ma zaawansowaną wiedzę o zarządzaniu podmiotem gospodarczym na rynku międzynarodowym, zna i rozumie zasady analizy strategicznej oraz jej narzędzia wykorzystywane w zarządzaniu przedsiębiorstwem									
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
MSG1_W04								X	X		X
MSG1_W05								X	X		X
MSG1_W06								X	X		X
MSG1_W07								X	X		X

MSG1_W10								X	X		X
MSG1_W15								X	X		X
Umiejętności	MSG1_U01	student potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska gospodarcze i społeczne, analizować ich przyczyny, przebieg oraz powiązania między tymi zjawiskami, korzystając z posiadanej wiedzy z zakresu analizy strategicznej									
	MSG1_U02	student potrafi oceniać zjawiska gospodarcze i społeczne zachodzące w gospodarce otwartej, interpretować niezbędne w tym zakresie dane statystyczne oraz wskaźniki ekonomiczne, a także prognozować zjawiska i procesy gospodarcze z wykorzystaniem standardowych modeli i narzędzi analizy strategicznej									
	MSG1_U03	student potrafi identyfikować i analizować powiązania występujące między podmiotami gospodarczym i proponować kierunki dalszego ich rozwoju lub zmian									
	MSG1_U04	student wykorzystuje posiadaną wiedzę teoretyczną do analizy i oceny funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym									
	MSG1_U06	student, korzystając z wybranych narzędzi analizy strategicznej, potrafi zidentyfikować wybrane rodzaje ryzyka związanego z działalnością międzynarodową przedsiębiorstw oraz prawidłowo ocenić ich konsekwencje									
	MSG1_U08	student wykorzystuje podstawowe metody i programy komputerowe do pozyskiwania i analizy danych, niezbędnych w celu diagnozowania procesów gospodarczych oraz podejmowania właściwych decyzji strategicznych									

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
MSG1_U01								X	X		X
MSG1_U02								X	X		X
MSG1_U03								X	X		X
MSG1_U04								X	X		X
MSG1_U06								X	X		X
MSG1_U08								X	X		X

Kompetencje	MSG1_K01	student jest gotów do uznawania znaczenie wiedzy z zakresu analizy strategicznej w procesie identyfikacji i rozwiązywania problemów w biznesie międzynarodowym oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z ich samodzielnym rozwiązaniem									
	MSG1_K02	student krytycznie ocenia poziom swojej wiedzy w obszarze analizy strategicznej, jest gotów do pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy									
	MSG1_K03	student uczestniczy w przygotowaniu projektów biznesowych, potrafi godzić wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne									
	MSG1_K04	student jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy, umie identyfikować zagrożenia oraz ocenić ryzyko ich wystąpienia									

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
MSG1_K01								X	X		X
MSG1_K02								X	X		X
MSG1_K03								X	X		X
MSG1_K04								X	X		X

Treści programowe

1. Wprowadzenie do analizy strategicznej: cele analizy strategicznej, zastosowanie analizy strategicznej, klasyfikacja narzędzi.
2. Analiza PEST.
3. Analiza 5 Sił Portera.
4. Mapa Grup Strategicznych.
5. Analiza Kluczowych Czynników Sukcesu.
6. Analiza SWOT.
7. Inne rodzaje analizy: analiza interesariuszy, metody portfelowe, analiza SPACE, strategiczna karta wyników.

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

Literatura obowiązkowa:

1. Gierszewska G., Romanowska M., *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa, 2021.
2. Penc-Pietrzak I., *Analiza strategiczna w zarządzaniu firmą*. Koncepcja i stosowanie, C.H. Beck, Warszawa 2003.

Literatura uzupełniająca:

1. Mruk H., *Strategie marketingowe*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2002.
2. Nowak M., *Controlling działalności marketingowej*, PWE, Warszawa 2007.

Kontakt

monika.grottel@ug.edu.pl, tomasz.gutowski@ug.edu.pl, anna.sperska@ug.edu.pl,