

Rok akademicki:	Grupa przedmiotów	Numer katalogowy:	EOP413
Nazwa przedmiotu ¹⁾ :	Strategie przedsiębiorstwa		ECTS ²⁾ 3
Tłumaczenie nazwy na jęz. angielski ³⁾ :			
Kierunek studiów ⁴⁾ :	Ekonomia		
Koordynator przedmiotu ⁵⁾ :	Prof. dr hab. Edward Majewski		
Prowadzący zajęcia ⁶⁾ :	pracownicy zakładu		
Jednostka realizująca ⁷⁾ :	Wydział Nauk Ekonomicznych, Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw, Zakład Organizacji i Zarządzania		
Wydział, dla którego przedmiot jest realizowany ⁸⁾ :			
Status przedmiotu ⁹⁾ :	a) przedmiot	b) stopień	c) rok
	SW	2	2
Cykl dydaktyczny ¹⁰⁾ :	a) semestr		b) Jęz. wykładowy ¹¹⁾
	4		polski
Założenia i cele przedmiotu ¹²⁾ :	Celem przedmiotu jest: - Zapoznanie studentów z nowoczesnym podejściem do obowiązków menedżera względem udziałowców i wszystkich stron potencjalnie zainteresowanych działalnością przedsiębiorstwa. - Zdobycie praktycznej wiedzy w jaki sposób zastosowanie koncepcji społecznej		
Formy dydaktyczne, liczba godzin ¹³⁾ :	a) forma dydaktyczna		b) liczba godzin
	a1) wykład		15
	a2) ćwiczenia audytoryjne		15
	a3) ćwiczenia laboratoryjne		
	a4) seminaria		
Metody dydaktyczne ¹⁴⁾ :	dyskusja	T	eksperyment
	projekt badawczy		studium przypadku
	rozwiązywanie problemu		gry symulacyjne
	analiza i interpretacja tekstów źródłowych		indywidualne projekty studenckie
	konsultacje	T	zespolowe projekty studenckie
	inne...		inne ...
	inne...		inne ...
Pełny opis przedmiotu ¹⁵⁾ :	A. wykłady Koncepcja zarządzania strategicznego, zarządzanie strategiczne, taktyczne, operacyjne. Ważniejsze zjawiska we współczesnej gospodarce: prywatyzacja, globalizacja, koncentracja, regionalizacja. Misja, cele strategiczne, etapy formułowania strategii. Analiza sytuacji strategicznej: analiza branży, analiza STEP, model 5 sił Portera, konkurencyjna pozycja ważniejszych firm, kluczowe czynniki sukcesu, ogólna ocena atrakcyjności branży, analiza konkurencyjnej pozycji firmy, ocena dotychczasowej strategii, analiza SWOT. Typologia i typy strategii. Strategie konkurencji, dostosowanie strategii do sytuacji rynkowej i pozycji konkurencyjnej firmy. Wspomaganie wdrożenia strategii.		
	B. ćwiczenia Macierz Ansoffa: studium przypadku „Mackie's Quality Farm Foods”. Analiza sytuacji strategicznej: studium przypadku „Borówka”. Model 5 sił Portera. Mapa grup strategicznych. Macierz Boston Consulting Group (BCG). Analiza strategii wybranych przedsiębiorstw. Opracowanie strategii dla wybranej firmy.		
Wymagania formalne (przedmioty wprowadzające) ¹⁶⁾ :	Zarządzanie, Ekonomia i organizacja przedsiębiorstw		
Założenia wstępne ¹⁷⁾ :			

Efekty kształcenia ¹⁸⁾ : (z kolejnymi numerami, 01, 02, 03 itd.)	01 - Scharakteryzować różne typy strategii zależnie przyjętego kryterium podziału		05 - Kreatywność w realizacji zadań	
	02 - Zidentyfikować strategię przedsiębiorstw		06 - Przygotować prezentację zespołowego zadania	
	03 - Stworzyć strategię dla przedsiębiorstwa		07 -	
	04 - Zdolność do pracy zespołowej		08 -	
Sposób weryfikacji efektów kształcenia ¹⁹⁾ :	kolokwium na zajęciach ćwiczeniowych		ocena wykonanie zadania projektowego na zdefiniowany temat	03, 04
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta		ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	01, 02, 05
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć		przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć	04, 05, 06	obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	
	egzamin pisemny	01, 02	test komputerowy	
	egzamin ustny		inne..	
	inne...		inne..	
Forma dokumentacji osiągniętych efektów kształcenia ²⁰⁾ :	okresowe prace pisemne	T	imienne karty oceny studenta	T
	złożone projekty	T	treść pytań egzaminacyjnych z oceną	
	inne...		inne..	
	inne...		inne..	
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową ²¹⁾ :	Element oceny	Waga w %	Element oceny	Waga w %
	kolokwium na zajęciach ćwiczeniowych		ocena wykonania zadania projektowego na zdefiniowany temat	50%
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta		ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	5%
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć		przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć	15%	obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	
	egzamin pisemny	30%	test	
	egzamin ustny		inne..	
	inne...		inne..	
Miejsce realizacji zajęć ²²⁾ :	sala dydaktyczna			
Literatura podstawowa i uzupełniająca ²³⁾ :				
a) podstawowa				
1. Stabryła (2000). Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy, PWN				
2. K.Oblój (1998): Strategia organizacji. PWE, Warszawa				
b) uzupełniająca				
1. M.Porter (1998): Strategia konkurencji. PWE, Warszawa				
2. H. Kriekebaum (1996): Strategiczne planowanie w przedsiębiorstwie. PWN, Warszawa				
3. Czasopisma fachowe, przedruki artykułów, analizy rynku itp.				
UWAGI ²⁴⁾ :				