

## Opis zajęć (syllabus): Strategiczna analiza przedsiębiorstwa

|                               |  |             |          |
|-------------------------------|--|-------------|----------|
| Nazwa zajęć:                  | <b>Strategiczna analiza przedsiębiorstwa</b> | <b>ECTS</b> | <b>3</b> |
| Nazwa zajęć w j. angielskim:  | Strategic analysis of the company            |             |          |
| Zajęcia dla kierunku studiów: | <b>Logistyka</b>                             |             |          |

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| Język wykładowy: <b>polski</b>                        |  | Poziom studiów: <b>2</b>                |  |
| Forma studiów:<br><b>stacjonarne i niestacjonarne</b> | Status zajęć:<br><b>kierunkowy - do wyboru</b> | Numer semestru:<br><b>semestr letni</b> |  |
| Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik): |  | <b>2020/2021</b>                        | Numer katalogowy:<br><b>EKR-L-2SZ-X-87-KF-2020</b> |

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| Koordinator zajęć:   | <b>prof. dr hab. Bogdan Klepacki, Profesor</b>  |  |  |
| Prowadzący zajęcia:  | <b>Klepacki Bogdan, prof. dr hab.</b>   |  |  |
| Jednostka realizująca:   | <b>Katedra Logistyki</b>  |  |  |
| Jednostka zlecająca:   | <b>Wydział Ekonomiczny</b>  |  |  |
| Założenia, cele i opis zajęć:  | <p>a.1. Zapoznanie studentów z metodami analizy ekonomicznej, zarówno strategicznej, jak też na poziomie przedsiębiorstwa</p> <p>b.2. Przygotowanie analizy strategicznej konkretnego przedsiębiorstwa</p> <p>c.3. Ocena sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa oraz propozycje dokonania w nim zmian</p> <p><b>Wykład</b><br/>Pojęcie i znaczenie analizy w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa. Koncepcja strategii, źródła przewagi konkurencyjnej, strategii biznesowe sektorów gospodarki, strategii korporacyjne, trendy w zarządzaniu strategicznym. Analiza strategiczna - pojęcie, znaczenie, rodzaje, przydatność, zastosowanie. Analiza mikroekonomiczna przedsiębiorstwa, analiza pionowa i pozioma. Sytuacja ekonomiczna przedsiębiorstw w Polsce.</p> <p><b>Ćwiczenia</b><br/>Wybór przedsiębiorstwa do analizy, zebranie materiałów źródłowych i przetworzonych do analizy. Przygotowanie analizy ekonomicznej/strategicznej wybranego przedsiębiorstwa. Prezentacja sytuacji ekonomicznej analizowanego przedsiębiorstwa oraz propozycji zmian.</p> |  |  |
| Formy dydaktyczne, liczba godzin:  | <p>a. wykład - liczba godzin: stacj: 20, niestacj. 12</p> <p>b. ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 10, niestacj. 4</p>   |  |  |
| Metody dydaktyczne:  | dyskusja, rozwiązywanie problemu, konsultacje, wykład konwersacyjny, indywidualne projekty studenckie   |  |  |
| Wymagania formalne i założenia wstępne:  | -   |  |  |
| Efekty uczenia się:  | <b>Wiedza - Zna i rozumie:</b><br>1. Zna metody analizy strategicznej możliwe do zastosowania przez przedsiębiorstwo  | <b>Umiejętności - Potrafi:</b><br>2. Umie dokonać wyboru metody oraz przeprowadzić analizę strategiczną przedsiębiorstwa | <b>Kompetencje - Jest gotów do:</b><br>3. Jest przygotowany do rozpoznania problemów wymagających rozwiązania na poziomie przedsiębiorstwa i zastosować właściwe ku temu narzędzia |
| Sposób weryfikacji efektów uczenia się:  | ocena wystąpienia w trakcie zajęć (efekty: 1,2,3), ocena wykonania zadania projektowego (efekty: 1,2,3), ocena aktywności w trakcie zajęć (efekty: 1,2,3)   |  |  |
| Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się:   | karty oceny studenta (w tym na listach obecności), indywidualne projekty studenckie   |  |  |
| Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową:   | ocena wystąpienia w trakcie zajęć - 40%, ocena wykonania zadania projektowego - 50%, ocena aktywności w trakcie zajęć - 10%   |  |  |
| Miejsce realizacji zajęć:  | Sale Wydziału Nauk Ekonomicznych  |  |  |
| Literatura podstawowa i uzupełniająca:   |   |  |  |
| <p>1.1. Gierszewska G. Romanowska M.: Analiza strategiczna przedsiębiorstwa. PWE, Warszawa, 2007 i dalsze.</p> <p>2.2. Jachna M., Sierpińska T.: Ocena przedsiębiorstwa według standardów światowych. PWN, Warszawa 2009.</p> <p>3. Grant R.: Współczesna analiza strategii. Wydawnictwo Nieoczywiste, Warszawa 2016.]</p> |   |  |  |

Uwagi:  
-+, ver-lw, ogólne

**Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot:**

Szacunkowa sumaryczna liczba godzin pracy studenta (kontaktowych i pracy własnej) niezbędna dla osiągnięcia zakładanych dla zajęć efektów uczenia się - na tej podstawie należy wypełnić pole ECTS:

**67/63**

Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia:

**1.28/0.72 ECTS**

**Tabela zgodności kierunkowych efektów uczenia się z efektami przedmiotu:**

| Kategoria efektu | Efekty uczenia się dla zajęć:   | Odniesienie do efektów dla programu studiów dla kierunku | Oddziaływanie zajęć na efekt kierunkowy*) |
|------------------|---|--|---|
| Wiedza           | 1. Zna metody analizy strategicznej możliwe do zastosowania przez przedsiębiorstwo  | L2_KW05  | 1   |
|                  |   |  |   |
| Umiejętności     | 2. Umie dokonać wyboru metody oraz przeprowadzić analizę strategiczną przedsiębiorstwa  | L2_KU02  | 1   |
|                  |   |  |   |
| Kompetencje      | 3. Jest przygotowany do rozpoznania problemów wymagających rozwiązania na poziomie przedsiębiorstwa i zastosować właściwe ku temu narzędzia | L2_KK02  | 1   |
|                  |   |  |   |

\*) 3 - zaawansowany i szczegółowy, 2 - znaczący, 1 - podstawowy