Opis zajęć (sylabus): Strategiczna analiza przedsiębiorstwa

Nazwa zajęć:	**Strategiczna analiza przedsiębiorstwa**	**ECTS**	**3**
Nazwa zajęć w j. angielskim:	Strategic analysis of the company		
Zajęcia dla kierunku studiów:	**Zarządzanie**		

Język wykładowy: **polski**		Poziom studiów: **2**	
Forma studiów: **stacjonarne i niestacjonarne**	Status zajęć: **kierunkowy - do wyboru**	Numer semestru: **semestr letni**	
Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik):		**2019/2020**	Numer katalogowy: **EKR-Z-2SZ-X-87-KF-2019**

Koordynator zajęć:	**Klepacki Bogdan, prof. dr hab.**		
Prowadzący zajęcia:	**Klepacki Bogdan, prof. dr hab.**		
Jednostka realizująca:	**Katedra Logistyki**		
Jednostka zlecająca:	**Wydział Ekonomiczny**		
Założenia, cele i opis zajęć:	a. 1. Zapoznanie studentów z metodami analizy ekonomicznej, zarówno strategicznej, jak też na poziomie przedsiębiorstwa b. 2. Przygotowanie analizy strategicznej konkretnego przedsiębiorstwa c. 3. Ocena sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa oraz propozycje dokonania w nim zmian **Wykład** Pojęcie i znaczenie analizy w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa. Koncepcja strategii, źródła przewagi konkurencyjnej, strategie biznesowe sektorów gospodarki, strategie korporacyjne, trendy w zarządzaniu strategicznym. Analiza strategiczna - pojęcie, znaczenie, rodzaje, przydatność, zastosowanie. Analiza mikroekonomiczna przedsiębiorstwa, analiza pionowa i pozioma. Sytuacja ekonomiczna przedsiębiorstw w Polsce. **Ćwiczenia** 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.		
Formy dydaktyczne, liczba godzin:	a. wykład - liczba godzin: stacj: 20, niestacj. 12 b. ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 10, niestacj. 4		
Metody dydaktyczne:	dyskusja, rozwiązywanie problemu, konsultacje, wykład konwersacyjny, indywidualne projekty studenckie		
Wymagania formalne i założenia wstępne:	-		
Efekty uczenia się:	**Wiedza - Zna i rozumie:** 1. Zna metody analizy strategicznej możliwe do zastosowania przez przedsiębiorstwo	**Umiejętności - Potrafi:** 2. Umie dokonać wyboru metody oraz przeprowadzić analizę strategiczną przedsiębiorstwa	**Kompetencje - Jest gotów do:** 3. Jest przygotowany do rozpoznania problemów wymagających rozwiązania na poziomie przedsiębiorstwa i zastosować właściwe ku temu narzędzia
Sposób weryfikacji efektów uczenia się:	ocena wystąpień 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 wystąpień 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:

1. Gierszewska G. Romanowska M.: Analiza strategiczna przedsiębiorstwa. PWE, Warszawa, 2007 i dalsze.
2. Jachna M., Sierpińska T.: Ocena przedsiębiorstwa według standardów światowych. PWN, Warszawa 2009.
3. Grant R.,: Współczesna analiza strategii. Wydawnictwo Nieoczywiste, Warszawa 2016.|

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	Z2_W03	2
Umiejętności	2. Umie dokonać wyboru metody oraz przeprowadzić analizę strategiczną przedsiębiorstwa	Z2_U01	2
Kompetencje	3. Jest przygotowany do rozpoznania problemów wymagających rozwiązania na poziomie przedsiębiorstwa i zastosować właściwe ku temu narzędzia	Z2_K02	2

*) 3 – zaawansowany i szczegółowy, 2 – znaczący, 1 – podstawowy