

Opis zajęć (syllabus): 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):		2020/2021	Numer katalogowy: EKR-Z-2SZ-X-87-KF-2020

Koordinator zajęć:	prof. dr hab. Bogdan Klepacki, Profesor		
Prowadzący zajęcia:	Klepacki Bogdan, prof. dr hab.		
Jednostka realizująca:	Katedra Logistyki		
Jednostka zlecająca:	Wydział Ekonomiczny		
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>Wykład 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>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.</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:	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 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:			
<ol style="list-style-type: none"> Gierszewska G. Romanowska M.: Analiza strategiczna przedsiębiorstwa. PWE, Warszawa, 2007 i dalsze. Jachna M., Sierpińska T.: Ocena przedsiębiorstwa według standardów światowych. PWN, Warszawa 2009. 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