

<b>WYDZIAŁ:</b> NAUK EKONOMICZNYCH		<b>KIERUNEK:</b> ZARZĄDZANIE	
<b>POZIOM KSZTAŁCENIA:</b> STUDIA DRUGIEGO STOPNIA		<b>SPECJALNOŚĆ:</b> WSZYSTKIE SPECJALNOŚCI	
<b>NAZWA PRZEDMIOTU:</b> ZARZĄDZANIA STRATEGICZNE		<b>STATUS:</b> PRZEDMIOT OBLIGATORYJNY	
<b>FORMA STUDIÓW:</b> STACJONARNE	<b>ROK:</b> I	<b>SEMESTR:</b> 2	<b>LICZBA GODZIN:</b> w – 15 h, ćw. – 15 h
<b>FORMA STUDIÓW:</b> NIESTACJONARNE	<b>ROK:</b> I	<b>SEMESTR:</b> 2	<b>LICZBA GODZIN:</b> w – 15 h, ćw. – 10 h
<b>JEDNOSTKA ORGANIZACYJNA:</b> Katedra Organizacji i Zarządzania			
<b>OSOBA(Y) PROWADZĄCE WYKŁADY:</b> dr Krzysztof Krukowski			
<b>OSOBA(Y) PROWADZĄCE ĆWICZENIA:</b> dr Krzysztof Krukowski, dr Iwona Kulas			
<b>OPIS PRZEDMIOTU:</b>			
<p>Pojęcia i rozwój zarządzania strategicznego. Zarządzanie strategiczne i jego procesy. Charakterystyka strategii i jej rodzaje. Główne kryteria wyboru strategii. Szkoły i nurty zarządzania strategicznego. Strategie konkurencji i kooperacji. Strategia dywersyfikacji. Globalny i lokalny kontekst strategii i jej wpływ na zarządzania. Metody analizy strategicznej. Metody analizy otoczenia dalszego. Metody analizy otoczenia bliższego. Metody planowania i analizy strategicznej. Metody Portfelowe. Metody planowania i analizy potencjału strategicznego. Metody analizy strategicznej. Metody zintegrowane. Charakterystyka i zadania planowania strategicznego. Controlling strategiczny. Implementacja strategii.</p>			
<b>CELE I ZADANIA PRZEDMIOTU:</b>			
Przekazanie wiedzy z zakresu istoty, zasad i prawidłowości zarządzania strategicznego i planowania strategicznego. Nabycie umiejętności stosowania metod analizy strategicznej i planowania strategicznego do rozwiązywania problemów zarządzania.			
<b>METODY NAUCZANIA:</b>			
Wykłady, prezentacje power point			
<b>SPOSÓB ZALICZANIA:</b>			
egzamin opisowy i/lub ustny			
<b>LITERATURA:</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. PORTER M.E., Strategia konkurencji, PWE, Warszawa 1994.</li> <li>2. STRATEGOR, Zarządzanie firmą – strategie, struktury, decyzje, tożsamość. PWE Warszawa, 1999.</li> <li>3. GIERSZEWSKA G., ROMANOWSKA M., Analiza Strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 1997.</li> <li>4. OBLÓJ K., Strategia organizacji, PWE, Warszawa, 1998.</li> </ol>			
<b>Literatura uzupełniająca:</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. GOŁĘBIEWSKI T., Zarządzanie strategiczne –planowanie i kontrola, Difin, Warszawa, 2001.</li> <li>2. Kaleta A., Strategia konkurencji w przemyśle, AE, Wrocław 2000.</li> <li>3. KRUPSKI R., (red.) Zarządzanie Strategiczne - koncepcje, metody, AE, Wrocław 1998.</li> <li>4. OBLÓJ K., Strategia sukcesu firmy, PWN, Warszawa 1996</li> </ol>			

<b>WYDZIAŁ:</b> NAUK EKONOMICZNYCH		<b>KIERUNEK:</b> ZARZĄDZANIE	
<b>POZIOM KSZTAŁCENIA:</b> STUDIA DRUGIEGO STOPNIA		<b>SPECJALNOŚĆ:</b> WSZYSTKIE SPECJALNOŚCI	
<b>NAZWA PRZEDMIOTU:</b> Zarządzanie strategiczne		<b>STATUS:</b> PRZEDMIOT OBLIGATORYJNY	
<b>FORMA STUDIÓW:</b> <b>STACJONARNE</b>	<b>ROK:</b> I	<b>SEMESTR:</b> 2	<b>LICZBA GODZIN:</b> w – 15 h, ćw. – 15 h
<b>JEDNOSTKA ORGANIZACYJNA:</b> Katedra Organizacji i Zarządzania			
<b>OSOBA(Y) PROWADZĄCE WYKŁADY:</b> dr Krzysztof Krukowski			
<b>OSOBA(Y) PROWADZĄCE ĆWICZENIA:</b> dr Krzysztof Krukowski, dr Iwona Kulas, dr Marek Siemiński			
<b>TEMATYKA WYKŁADÓW</b>			
Lp.	Temat	Liczba godzin	Treści nauczania
1.	Pojęcia i rozwój zarządzania strategicznego.	1	Pojęcie i cechy zarządzania strategicznego. Kierunki rozwoju zarządzania strategicznego. Zarządzanie strategiczne w zmieniającym się otoczeniu.
2.	Zarządzanie strategiczne i jego procesy.	1	Szczegółowa koncepcja zarządzania strategicznego. Model Hilla i Jonesa. Zasady zarządzania strategicznego.
3.	Szkoły i nurty zarządzania strategicznego	1	Szkoła zasobowa, planistyczna, ewolucyjna, pozycyjna. Organizacja ucząca się.
4.	Charakterystyka strategii i jej rodzaje.	1	Definicje strategii. „5” P. Typy strategii przedsiębiorstwa i dominujące w nich zasady. Warianty strategii.
5.	Główne kryteria wyboru strategii	1	Kryteria wyboru strategii. Kierunki wyborów strategicznych. Zasady i sposoby kreowania strategii.
6.	Strategie konkurencji i kooperacji.	1	Podstawowe strategie konkurencji. Zarys analizy konkurentów. Tworzenia wartości dodanej
7.	Strategia dywersyfikacji	1	Pojęcie i formy dywersyfikacji. Rodzaje dywersyfikacji.
8	Globalny i lokalny kontekst strategii i jej wpływ na zarządzania	1	Pojęcie globalizacji. Rynkowe czynniki globalizacji. Wpływ procesów globalizacji na kierunki zmian w zarządzaniu.
9	Charakterystyka i zadania planowania strategicznego..	1	Istota planowania strategicznego. Cechy i zadania planowania strategicznego. Funkcje, struktura modelu planowania strategicznego. Formalny proces planowania strategicznego Misja firmy (model Ashridge). Wizje firmy. Zasady formułowania celów. Cele strategiczne przedsiębiorstwa.
10	Metody analizy strategicznej. Metody analizy otoczenia dalszego. Metody analizy otoczenia bliższego.	1	Strategia konkurencji w sektorach. Model „5 sił Portera”. Analiza profilu ekonomicznego sektora i jego atrakcyjność. Mapa grup strategicznych.
11	Metody planowania i analizy strategicznej. Metody Portfelowe.	1	Macierz Ansoffa. Macierz BCG. Macierz GE. Macierz ADL. Macierz Hoffera.
12	Metody planowania i analizy potencjału strategicznego.	1	Cykl życia produktu i technologii. Analiza kluczowych czynników sukcesu. Bilans strategiczny. Analiza Łańcucha wartości.
13	Metody analizy strategicznej. Metody zintegrowane.	1	Analiza TOWS/SWOT. Analiza SPACE. Analiza ASTRA. Metoda Strategicznej Kart Wyników.
14	Controlling strategiczny	1	Struktura pakietu monitoringu finansowego. Znaczenie controllingu. Metody systemu controllingu
15	Implementacja strategii	1	Strategie funkcjonalne. Modele businessu.
<b>TEMATYKA ĆWICZEŃ</b>			
1.	Wykorzystanie metody analizy przypadków w zarządzaniu strategicznym	1	Opis przypadku.

2.	Elementy planu strategicznego	1	Formułowanie misji i wizji przedsiębiorstwa
3.	Elementy planu strategicznego	1	Formułowanie celów strategicznych przedsiębiorstwa
4.	Metody analizy makrootoczenia.	1	Metody scenariuszy stanów otoczenia.
5.	Metody otoczenia konkurencyjnego.	1	Model „5 sił Portera”
6.	Metody otoczenia konkurencyjnego.	1	Punktowa ocena atrakcyjności sektora.
7.	Metody otoczenia konkurencyjnego.	1	Mapa grup strategicznych.
8	Ocena potencjału i pozycji strategicznej firmy.	1	Cykl życia sektora.
9	Ocena potencjału i pozycji strategicznej firmy.	1	Macierz Boston Consulting Group (BCG)
10	Ocena potencjału i pozycji strategicznej firmy.	1	Macierz McKinsey’a
11	Ocena potencjału i pozycji strategicznej firmy.	1	Macierz Artuhra D. Little’a
12	Ocena potencjału i pozycji strategicznej firmy.	1	Kluczowe czynniki sukcesu.
13	Zintegrowane metody analizy strategicznej	1	Analiza TOWS/SWOT.
14	Zintegrowane metody analizy strategicznej	1	Analiza SPACE
15	Zintegrowane metody analizy strategicznej	1	Strategiczna Karta Wyników

<b>WYDZIAŁ:</b> NAUK EKONOMICZNYCH		<b>KIERUNEK:</b> ZARZĄDZANIE	
<b>POZIOM KSZTAŁCENIA:</b> STUDIA DRUGIEGO STOPNIA		<b>SPECJALNOŚĆ:</b> WSZYSTKIE SPECJALNOŚCI	
<b>NAZWA PRZEDMIOTU:</b> <b>Zarządzanie strategiczne</b>		<b>STATUS:</b> PRZEDMIOT OBLIGATORYJNY	
<b>FORMA STUDIÓW:</b> <b>NIESTACJONARNE</b>	<b>ROK:</b> I	<b>SEMESTR:</b> 2	<b>LICZBA GODZIN:</b> w – 15 h, ćw. – 10 h
<b>JEDNOSTKA ORGANIZACYJNA:</b> Katedra Organizacji i Zarządzania			
<b>OSOBA(Y) PROWADZĄCE WYKŁADY:</b> dr Krzysztof Krukowski			
<b>OSOBA(Y) PROWADZĄCE ĆWICZENIA:</b> dr Krzysztof Krukowski, dr Iwona Kulas			
<b>TEMATYKA WYKŁADÓW</b>			
Lp.	Temat	Liczba godzin	Treści nauczania
1.	Pojęcia i rozwój zarządzania strategicznego.	1	Pojęcie i cechy zarządzania strategicznego. Kierunki rozwoju zarządzania strategicznego. Zarządzanie strategiczne w zmieniającym się otoczeniu.
2.	Zarządzanie strategiczne i jego procesy.	1	Szczegółowa koncepcja zarządzania strategicznego. Model Hilla i Jonesa. Zasady zarządzania strategicznego.
3.	Charakterystyka strategii i jej rodzaje.	1	Definicje strategii. „5” P. Typy strategii przedsiębiorstwa i dominujące w nich zasady. Warianty strategii.
4.	Główne kryteria wyboru strategii	1	Kryteria wyboru strategii. Kierunki wyborów strategicznych. Zasady i sposoby kreowania strategii.
5.	Szkoły i nurty zarządzania strategicznego	1	Szkoła zasobowa, planistyczna, ewolucyjna, pozycyjna. Organizacja ucząca się.
6.	Strategie konkurencji i kooperacji.	1	Podstawowe strategie konkurencji. Zarys analizy konkurentów. Tworzenia wartości dodanej
7.	Strategia dywersyfikacji	1	Pojęcie i formy dywersyfikacji. Rodzaje dywersyfikacji.
8	Globalny i lokalny kontekst strategii i jej wpływ na zarządzania	1	Pojęcie globalizacji. Rynkowe czynniki globalizacji. Wpływ procesów globalizacji na kierunki zmian w zarządzaniu.
9	Metody analizy strategicznej. Metody analizy otoczenia dalszego. Metody analizy otoczenia bliższego.	1	Strategia konkurencji w sektorach. Model „5 sił Portera”. Analiza profilu ekonomicznego sektora i jego atrakcyjność. Mapa grup strategicznych.
10	Metody planowania i analizy strategicznej. Metody Portfelowe.	1	Macierz Ansoffa. Macierz BCG. Macierz GE. Macierz ADL. Macierz Hofferera.
11	Metody planowania i analizy potencjału strategicznego.	1	Cykl życia produktu i technologii. Analiza kluczowych czynników sukcesu. Bilans strategiczny. Analiza Łańcucha wartości.
12	Metody analizy strategicznej. Metody zintegrowane.	1	Analiza TOWS/SWOT. Analiza SPACE. Analiza ASTRA. Metoda Strategicznej Kart Wyników.
13	Charakterystyka i zadania planowania strategicznego..	1	Istota planowania strategicznego. Cechy i zadania planowania strategicznego. Funkcje, struktura modelu planowania strategicznego. Formalny proces planowania strategicznego Misja firmy (model Ashridge). Wizje firmy. Zasady formułowania celów. Cele strategiczne przedsiębiorstwa.
14	Controlling strategiczny	1	Struktura pakietu monitoringu finansowego. Znaczenie controllingu. Metody systemu controllingu
15	Implementacja strategii	1	Strategie funkcjonalne. Modele businessu.

<i>TEMATYKA ĆWICZEŃ</i>			
1.	Wykorzystanie metody analizy przypadków w zarządzaniu strategicznym	1	Opis przypadku.
2.	Elementy planu strategicznego	1	Formułowanie misji i wizji przedsiębiorstwa.
3.	Metody analizy makrootoczenia.	1	Metody scenariuszy stanów otoczenia.
4.	Metody otoczenia konkurencyjnego.	1	Model „5 sił Portera”
5.	Metody otoczenia konkurencyjnego.	1	Mapa grup strategicznych.
6.	Ocena potencjału i pozycji strategicznej firmy.	1	Cykl życia sektora.
7.	Ocena potencjału i pozycji strategicznej firmy.	1	Macierz Boston Consulting Group (BCG)
8.	Ocena potencjału i pozycji strategicznej firmy.	1	Macierz McKinsey’a
9.	Ocena potencjału i pozycji strategicznej firmy.	1	Macierz Artuhra D. Little’a
10.	Zintegrowane metody analizy strategicznej	1	Analiza TOWS/SWOT.