

# POLITECHNIKA KRAKOWSKA IM. TADEUSZA KOŚCIUSZKI

## KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2012/2013

Wydział Inżynierii Lądowej

Kierunek studiów: Budownictwo

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: stacjonarne

Kod kierunku: BUD

Stopień studiów: I

Specjalności: Bez specjalności

### 1 INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

|                                         |                         |
|-----------------------------------------|-------------------------|
| NAZWA PRZEDMIOTU                        | Strategia rozwoju firmy |
| NAZWA PRZEDMIOTU<br>W JĘZYKU ANGIELSKIM |                         |
| KOD PRZEDMIOTU                          | WIL BUD oIS A10 12/13   |
| KATEGORIA PRZEDMIOTU                    | Przedmioty ogólne       |
| LICZBA PUNKTÓW ECTS                     | 1.00                    |
| SEMESTRY                                | 1                       |

### 2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

| SEMESTR | WYKŁAD | ĆWICZENIA<br>AUDYTORYJNE | LABORATORIA | LABORATORIA<br>KOMPUTERO-<br>WE | PROJEKTY | SEMINARIUM |
|---------|--------|--------------------------|-------------|---------------------------------|----------|------------|
| 1       | 30     | 0                        | 0           | 0                               | 0        | 0          |

### 3 CELE PRZEDMIOTU

**Cel 1** Zapoznanie studentów z istotą i zasadami zarządzania strategicznego na wszystkich poziomach organizacji

**Cel 2** Zapoznanie studentów z wybranymi metodami analizy strategicznej otoczenia i zasobów przedsiębiorstwa

**Cel 3** Zapoznanie studentów ze strategiami konkurencyjnymi na rynku krajowym i międzynarodowym

Cel 4 Ukształtowanie postawy przedsiębiorczej wśród studentów

## 4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

1 brak wymagań wstępnych

## 5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

**EK1 Wiedza** Student objaśnia podstawowe pojęcia związane z procesem zarządzania strategicznego

**EK2 Umiejętności** Student potrafi zastosować wybrane metody analizy strategicznej do określenia pozycji konkurencyjnej firmy

**EK3 Wiedza** Student określa odpowiednią ścieżkę strategiczną na poziomie korporacji, przedsiębiorstwa, jednostki biznesowej, funkcjonalnym

**EK4 Kompetencje społeczne** student ma świadomość odpowiedzialności za podejmowane decyzje strategiczne na dowolnym szczeblu organizacji

## 6 TREŚCI PROGRAMOWE

| WYKŁAD    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                  |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| LP        | TEMATYKA ZAJĘĆ<br>OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | LICZBA<br>GODZIN |
| <b>W1</b> | Podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania strategicznego zarządzanie strategiczne i jego składowe: definicja misja, wizja, strategia, paradygmaty myślenia strategicznego, poziomy organizacyjne formułowania strategii, model zarządzania strategicznego                                                                                                                | 2                |
| <b>W2</b> | Planowanie strategiczne - istota planowania strategicznego, cechy, zalety i wady planowania strategicznego                                                                                                                                                                                                                                                              | 4                |
| <b>W3</b> | Analiza strategiczna organizacja (istota, zakres i metody) cele analizy strategicznej, użytkownicy analizy, wybrane metody analizy: makro otoczenia, otoczenia konkurencyjnego, metody portfelowe w analizie pozycji rynkowej firmy, kompleksowe metody analizy strategicznej, analiza potencjału strategicznego przedsiębiorstwa, praktyczne wykorzystanie w/w analiz, | 6                |
| <b>W4</b> | Podstawowe strategie rozwoju przedsiębiorstwa Portera - strategia lidera cenowego, strategia różnicowania, strategia koncentracji , identyfikacja strategii w przykładach                                                                                                                                                                                               | 4                |
| <b>W5</b> | Strategie na poziomie korporacji strategia integracji pionowej, poziomej, strategia dywersyfikacji, alianse strategiczne, fuzje, identyfikacja strategii w przykładach                                                                                                                                                                                                  | 4                |
| <b>W6</b> | Strategie funkcjonalne: promocji, sprzedaży, logistyczna, dystrybucji, identyfikacja strategii w przykładach                                                                                                                                                                                                                                                            | 6                |
| <b>W7</b> | Strategia zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw przyczyny, sposoby wejścia na rynki zagraniczne, identyfikacja strategii w przykładach                                                                                                                                                                                                                                 | 4                |

## 7 NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

N1 Wykłady

N2 Prezentacje multimedialne

N3 Dyskusja

N4 studia przypadków

## 8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

| FORMA AKTYWNOŚCI                                                                                 | ŚREDNIA LICZBA GODZIN<br>NA ZREALIZOWANIE<br>AKTYWNOŚCI |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| <b>Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:</b>                                     |                                                         |
| Godziny wynikające z planu studiów                                                               | 0                                                       |
| Konsultacje przedmiotowe                                                                         | 0                                                       |
| Egzaminy i zaliczenia w sesji                                                                    | 0                                                       |
| <b>Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:</b> |                                                         |
| Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury                               | 0                                                       |
| Opracowanie wyników                                                                              | 0                                                       |
| Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji                                           | 0                                                       |
| <b>SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z<br/>CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA</b>    | <b>0</b>                                                |
| SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU                                                    | 1.00                                                    |

## 9 SPOSOBY OCENY

### OCENA FORMUJĄCA

F1 Projekt indywidualny

F2 Projekt zespołowy

F3 Test

### OCENA PODSUMOWUJĄCA

P1 Średnia ważona ocen formujących

### KRYTERIA OCENY

|                     |
|---------------------|
| EFEKT KSZTAŁCENIA 1 |
|---------------------|

|                     |                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NA OCENĘ 2.0        | student nie zna podstawowych pojęć z zakresu zarządzania strategicznego                                                                                                                                                             |
| NA OCENĘ 3.0        | student objaśnia podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania, wyjaśnia istotę myślenia i działania strategicznego,                                                                                                                     |
| NA OCENĘ 3.5        | student objaśnia podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania strategicznego, potrafi przedstawić podstawowe metody analizy strategicznej oraz rodzaje strategii                                                                        |
| NA OCENĘ 4.0        | student objaśnia podstawowe pojęcia związane z procesem zarządzania strategicznego, rozróżnia strategie formułowane na poziomie przedsiębiorstwa, jednostek biznesowych i funkcjonalne                                              |
| NA OCENĘ 4.5        | student omawia szczegółowo proces zarządzania strategicznego realizowany na wszystkich poziomach organizacyjnych firmy w obrębie kraju oraz rynków międzynarodowych                                                                 |
| NA OCENĘ 5.0        | w oparciu o podane przykłady student potrafi zidentyfikować i nazwać wdrożone przez firmę strategie                                                                                                                                 |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 2 |                                                                                                                                                                                                                                     |
| NA OCENĘ 2.0        | student nie potrafi zaproponować adekwatnych metod analizy strategicznej do określenia pozycji konkurencyjnej firmy                                                                                                                 |
| NA OCENĘ 3.0        | w oparciu o podane przykłady student potrafi samodzielnie zaproponować metody analizy strategicznej do określenia pozycji konkurencyjnej firmy                                                                                      |
| NA OCENĘ 3.5        | w oparciu o podane przykłady student potrafi przeprowadzić analizę strategiczną makro otoczenia, otoczenia konkurencyjnego, potencjału strategicznego przedsiębiorstwa z wykorzystaniem wskazanych metod                            |
| NA OCENĘ 4.0        | student potrafi zaproponować i przeprowadzić analizę strategiczną makro otoczenia, otoczenia konkurencyjnego, potencjału strategicznego przedsiębiorstwa dla podanego studium przypadku                                             |
| NA OCENĘ 4.5        | student potrafi przeprowadzić analizę strategiczną makro otoczenia, otoczenia konkurencyjnego, potencjału strategicznego przedsiębiorstwa, z wykorzystaniem metod kompleksowej analizy strategicznej dla podanego studium przypadku |
| NA OCENĘ 5.0        | w oparciu o podane przykłady student potrafi przeprowadzić analizę strategiczną i w sposób wyczerpujących zebrać i sformułować wnioski z przeprowadzonej                                                                            |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 3 |                                                                                                                                                                                                                                     |
| NA OCENĘ 2.0        | student nie potrafi podać definicji i objaśnić typowych strategii formułowanych na poziomie korporacji, przedsiębiorstwa, jednostki biznesowej, funkcjonalnym                                                                       |
| NA OCENĘ 3.0        | student poprawnie podaje definicje typowych strategii formułowanych na poziomie korporacji, przedsiębiorstwa, jednostki biznesowej, funkcjonalnym                                                                                   |
| NA OCENĘ 3.5        | student potrafi szczegółowo objaśnić strategie formułowane na poziomie korporacji, przedsiębiorstwa, jednostki biznesowej, funkcjonalnym                                                                                            |

|                     |                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NA OCENĘ 4.0        | student potrafi nie tylko szczegółowo objaśnić strategię formułowane na poziomie korporacji, przedsiębiorstwa, jednostki biznesowej, funkcjonalnym ale wskazuje uwarunkowania zewnętrzne sprzyjające wdrożeniu tych strategii |
| NA OCENĘ 4.5        | Student potrafi scharakteryzować ścieżkę strategiczną firmy na rynkach globalnych                                                                                                                                             |
| NA OCENĘ 5.0        | w oparciu o podane przykłady student potrafi objaśnić strategię zastosowane przez firmę i określić szanse ich realizacji                                                                                                      |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 4 |                                                                                                                                                                                                                               |
| NA OCENĘ 2.0        | student nie potrafi diagnozować konsekwencji decyzji podjętych w organizacji                                                                                                                                                  |
| NA OCENĘ 3.0        | student diagnozuje konsekwencje decyzji podjętych w poszczególnych obszarach funkcjonalnych w trakcie rozwiązywania studiów przypadków                                                                                        |
| NA OCENĘ 3.5        | student diagnozuje konsekwencje decyzji operacyjnych podjętych na najniższym szczeblu zarządzania w trakcie rozwiązywania studiów przypadków                                                                                  |
| NA OCENĘ 4.0        | student diagnozuje konsekwencje decyzji taktycznych podjętych na średnim szczeblu zarządzania w trakcie rozwiązywania studiów przypadków                                                                                      |
| NA OCENĘ 4.5        | student diagnozuje konsekwencje decyzji strategicznych podjętych na najwyższym szczeblu zarządzania w trakcie rozwiązywania studiów przypadków                                                                                |
| NA OCENĘ 5.0        | student diagnozuje konsekwencje decyzji podjętych na poziomie formułowania misji i wizji firmy w trakcie rozwiązywania studiów przypadków                                                                                     |

## 10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

| EFEKT KSZTAŁCENIA | ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO SZCZEGÓŁOWYCH EFEKTÓW ZDEFINIOWANYCH DLA PROGRAMU | CELE PRZEDMIOTU | TREŚCI PROGRAMOWE | NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE | SPOSOBY OCENY |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-----------------------|---------------|
| EK1               | K_W16, K_K01                                                                   | Cel 1           | w1 w2             | N1 N2                 | F3 P1         |
| EK2               | K_K01, K_K02, K_K07, K_K09                                                     | Cel 2           | w3                | N1 N2 N3 N4           | F1 F2 F3 P1   |
| EK3               | K_W16, K_K01, K_K02, K_K08, K_K09, K_K10                                       | Cel 3           | w4 w5 w6 w7       | N1 N2 N3 N4           | F3 P1         |

| EFEKT KSZTAŁCENIA | ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO SZCZEGÓŁOWYCH EFEKTÓW ZDEFINIOWANYCH DLA PROGRAMU | CELE PRZEDMIOTU | TREŚCI PROGRAMOWE | NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE | SPOSOBY OCENY |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-----------------------|---------------|
| EK4               | K_K01, K_K02, K_K05, K_K06, K_K09, K_K10                                       | Cel 4           | w2 w3 w5 w6       | N1 N3 N4              | F1 F2 P1      |

## 11 WYKAZ LITERATURY

### LITERATURA PODSTAWOWA

- [1] | **K. Janasz, W. Janasz, K. Kozioł, K. Szopik** — *Zarządzanie strategiczne/ Koncepcje, metody, strategie*, Warszawa, 2008, Difin
- [2] | **G. Gierszewska, M. Romanowska** — *Analiza strategiczna prze*, Warszawa, 2000, PWN

### LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA

- [1] | **A. Stabryła** — *Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy*, Warszawa, 2007, PWN
- [2] | **Z. Pierścione** — *Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa*, Warszawa, 2010, PWN

## 12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

### OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr hab. Joanna Żyra (kontakt: jzyra@pk.edu.pl)

### OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

1 dr Joanna Żyra (kontakt: jzyra@pk.edu.pl)

## 13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(dziekan)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....