

# POLITECHNIKA KRAKOWSKA IM. TADEUSZA KOŚCIUSZKI

## KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2012/2013

Wydział Fizyki, Matematyki i Informatyki

Kierunek studiów: Matematyka

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: niestacjonarne

Kod kierunku: M

Stopień studiów: II

Specjalności: Matematyka w finansach i ekonomii

### 1 INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

|                                         |                          |
|-----------------------------------------|--------------------------|
| NAZWA PRZEDMIOTU                        | Zarządzanie strategiczne |
| NAZWA PRZEDMIOTU<br>W JĘZYKU ANGIELSKIM |                          |
| KOD PRZEDMIOTU                          | WFMiI M oIIN A3 12/13    |
| KATEGORIA PRZEDMIOTU                    | Przedmioty ogólne        |
| LICZBA PUNKTÓW ECTS                     | 3.00                     |
| SEMESTRY                                | 4                        |

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

| SEMESTR | WYKŁAD | ĆWICZENIA | LABORATORIUM | LABORATORIUM<br>KOMPUTERO-<br>WE | SEMINARIUM | PROJEKT |
|---------|--------|-----------|--------------|----------------------------------|------------|---------|
| 4       | 9      | 9         | 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 Ekonomia, Podstawy zarządzania i marketingu

## 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

| ĆWICZENIA |                                                                                                                                                             |                  |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| LP        | TEMATYKA ZAJĘĆ<br>OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH                                                                                                      | LICZBA<br>GODZIN |
| C1        | Potencjał konkurencyjny przedsiębiorstwa. Przewaga konkurencyjna. Instrumenty konkurowania. Pozycja konkurencyjna -Analiza przypadku praca w grupie         | 1                |
| C2        | Zastosowanie metod scenariuszowych do analizy przedsiębiorstwa i otoczenia; praktyczne opracowanie scenariuszy zmian makro otoczenia                        | 1                |
| C3        | Analiza otoczenia konkurencyjnego - Praktyczne przygotowanie analizy atrakcyjności sektora, oceny punktowej atrakcyjności sektora, mapy grupy strategicznej | 2                |
| C4        | Analiza potencjału strategicznego cykl życia produktu, technologii, metody portfelowe                                                                       | 1                |
| C5        | Proces formułowania strategii za pomocą analizy SWOT                                                                                                        | 1                |
| C6        | Alternatywne strategie ofensywne                                                                                                                            | 1                |
| C7        | Strategie konkurencyjne                                                                                                                                     | 1                |
| C8        | Identyfikacja strategii za pomocą metody SPACE                                                                                                              | 1                |

| WYKŁAD |                                                        |                  |
|--------|--------------------------------------------------------|------------------|
| LP     | TEMATYKA ZAJĘĆ<br>OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH | LICZBA<br>GODZIN |

| 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                                                                                                                | 1                |
| <b>W2</b> | Planowanie strategiczne - istota planowania strategicznego, cechy, zalety i wady planowania strategicznego                                                                                                                                                                                                                                                              | 1                |
| <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, | 1                |
| <b>W4</b> | Podstawowe strategie rozwoju przedsiębiorstwa Portera - strategia lidera cenowego, strategia zróżnicowania, strategia koncentracji , identyfikacja strategii w przykładach                                                                                                                                                                                              | 1                |
| <b>W5</b> | Strategie na poziomie korporacji strategia integracji pionowej, poziomej, strategia dywersyfikacji, alianse strategiczne, fuzje, identyfikacja strategii w przykładach                                                                                                                                                                                                  | 1                |
| <b>W6</b> | Strategie funkcjonalne: promocji, sprzedaży, logistyczna, dystrybucji, identyfikacja strategii w przykładach                                                                                                                                                                                                                                                            | 2                |
| <b>W7</b> | Strategia zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw przyczyny, sposoby wejścia na rynki zagraniczne, identyfikacja strategii w przykładach                                                                                                                                                                                                                                 | 2                |

## 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                                                                         | 5                                                       |
| Egzaminy i zaliczenia w sesji                                                                    | 5                                                       |
| <b>Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:</b> |                                                         |
| Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury                               | 30                                                      |
| Opracowanie wyników                                                                              | 20                                                      |
| Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji                                           | 12                                                      |
| <b>SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z<br/>CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA</b>    | <b>72</b>                                               |
| SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU                                                    | 3.00                                                    |

## 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 wyjaśnić 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 wyjaśnić strategie formułowane na poziomie korporacji, przedsiębiorstwa, jednostki biznesowej, funkcjonalnym                                                                                            |
| NA OCENĘ 4.0        | student potrafi nie tylko szczegółowo wyjaśnić strategie 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 wyjaśnić strategie 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_K01, K_K02, K_K03, K_K04                                                     | Cel 1           | W1 W2             | N1 N2                 | F3 P1         |
| EK2               | K_K01, K_K02, K_K03, K_K04                                                     | Cel 2           | W3                | N1 N2 N3 N4           | F1 F2 F3 P1   |
| EK3               | K_K01, K_K02, K_K03, K_K04                                                     | Cel 3           | W4 W5 W6 W7       | N1 N2 N3 N4           | F3 P1         |
| EK4               | K_K01, K_K02, K_K03, K_K04                                                     | Cel 4           | W2 W3 W5 W6       | N1 N3 N4              | F1 F2 P1      |

## 11 WYKAZ LITERATURY

### LITERATURA PODSTAWOWA

- [1] | K. Janasz, W. Janasz, K. Koziół, 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. prof.PK Joanna Żyra (kontakt: [jzyra@pk.edu.pl](mailto:jzyra@pk.edu.pl))

**OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT**

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

.....