

## KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie strategiczne (ZAMS1-ZAST)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Strategic Management

### Dane dotyczące przedmiotu:

**Jednostka oferująca przedmiot:** Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych  
**Przedmiot dla jednostki:** Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych  
**Cykl dydaktyczny:** Semestr zimowy 2020/2021  
**Koordinator przedmiotu cyklu:** dr hab. Bogusław Plawgo prof. PWSliP

### Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Egzamin

### Skrócony opis:

Celem przedmiotu jest:

- zapoznanie studentów ze szkołami zarządzania strategicznego
- zapoznanie ze strategiami występującymi w różnych modelach biznesowych, - przedstawienie sposobów budowy strategii i jej znaczenia dla rozwoju przedsiębiorstwa,
- zapoznanie słuchaczy z terminami misja, wizja firmy,
- przygotowanie studentów do formułowania wniosków i projektowania strategii organizacji.

### Opis:

1. Zarządzanie strategiczne – istota (decyzje strategiczne, poziomy problemów strategicznych, strategia jako plan; strategia jako wzorzec postępowania)
2. Szkoły zarządzania strategicznego (Szkoła planistyczna, Szkoła ewolucyjna, Szkoła pozycyjna, Szkoła zasobów, umiejętności i uczenia się)
3. Konkurencyjność przedsiębiorstwa (źródła, Strategie przewagi konkurencyjnej Portera)
4. Strategie wzrostu i rozwoju przedsiębiorstwa (Strategie produkt – rynek Ansoffa; podstawowe warianty strategii przedsiębiorstwa (wzrost, stabilizacja, redukcja) w zakresie wzrostu: penetracja rynku, rozwój rynku, integracja pionowa, outsourcing, dywersyfikacja pokrewna, dywersyfikacja niepokrewna)
5. Budowa strategii na podstawie szkoły pozycyjnej (Strategia na podstawie SWOT – podejście tradycyjne, Strategie na podstawie analiz sektorowych: punktowa ocena atrakcyjności sektora, model diamentu Portera, modele cyklu życia produktu, sektora - sektory embrionalne, dojrzałe, schyłkowe, 5 sił Portera, analiza grup strategicznych;
6. Budowa strategii na podstawie szkoły pozycyjnej - Metody portfelowe ( BCG, GE ,ADL)
7. Budowa strategii na podstawie szkoły pozycyjnej ( Krzywa Doświadczeń, Łańcuch tworzenia wartości , Pozycja firmy oraz popyt a strategia rozwoju firmy, Model SPACE)
8. Budowa strategii opartych o wewnętrzne źródła przewagi konkurencyjnej -szkoła zasobowa (koncepcja kluczowych kompetencji firmy Hamela i Prahalada; Koncepcja wyróżniających firmę zdolności J. Kaya ; Koncepcja organizacji uczącej się (P. Senge); Koncepcja zarządzania wiedzą w organizacji; Koncepcja przedsiębiorstwa wirtualnego; Struktury sieciowe klastry, Struktury odchudzone -innowacje i przedsiębiorczość)
9. Tworzenie dokumentu strategii organizacji (Misja i wizja rozwoju, Domena i przewaga strategiczna, Cele i funkcjonalne programy działania)

### Literatura:

Literatura podstawowa:

1. Obłój K., Strategia organizacji, PWE, Warszawa 2014 lub Obłój K., Strategia organizacji. W poszukiwaniu trwałej przewagi konkurencyjnej, PWE, Warszawa 2007. (dostęp: PWSliP katalog koha)
2. Pierścionek Z., Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa, PWN, Warszawa 2006 lub Pierścionek Z., Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa PWN, Warszawa 2003 (dostęp: PWSliP katalog koha)
3. Porter M.E., Strategie konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów, MT-Biznes, Warszawa 2010. (dostęp: PWSliP katalog koha)
4. Romanowska M., Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie, PWE Warszawa 2009 (dostęp: PWSliP katalog koha)
5. Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE Warszawa 2017 lub Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 2007 (dostęp: PWSliP katalog koha)

Literatura dodatkowa:

1. Strategor, Strategie, struktury, decyzje, tożsamość, PWE, Warszawa, 2001. (dostęp: PWSliP katalog koha)
2. Umysł McKinsey Ethan M. Rasiel, Paul N. Friga, K.E. Liber, Warszawa 2004. (dostęp: PWSliP katalog koha)
3. David F. R., R. Forest, Strategic management concepts. David Pearson Education, Boston 2015
4. M.E. Porter, Competitive strategy : techniques for analyzing industries and competitors : with a new introduction, Michael E. Porter, New York, 1998
5. R. Krupski R. (red.), Zarządzanie strategiczne. Koncepcje – metody, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2007 (dostęp: PWSliP katalog koha)

USOSweb: Szczegóły przedmiotu: ZAMS1-ZAST, w cyklu: 20/21Z, jednostka dawcy: <brak>, grupa przedm.: <brak>

**Efekty kształcenia:**

1\_W Ma pogłębioną wiedzę na temat strategii realizowanych przez przedsiębiorstwa na rynku krajowym i międzynarodowym K\_W03; K\_W08

2\_W Ma pogłębioną wiedzę na temat relacji konkurencji i współpracy zachodzących pomiędzy przedsiębiorstwami K\_W04; K\_W03

3\_W Ma pogłębioną wiedzę na temat znaczenia zasobów i kompetencji w budowaniu przewagi konkurencyjnej K\_W07

4\_W Ma pogłębioną wiedzę na temat głównych szkół w zarządzaniu strategicznym K\_W09; K\_W01

5\_W Ma pogłębioną wiedzę na temat metod analizy strategicznej K\_W10; K\_W06

1\_U Potrafi właściwie wyjaśniać i analizować za pomocą metod analizy strategicznej zjawiska wpływające na pozycję strategiczną firmy K\_U01

2\_U Potrafi właściwie dobierać narzędzia i metody analizy strategicznej K\_U02

3\_U Potrafi przygotować i zaprezentować strategię firmy oraz jej elementy k\_U03; K\_U04; K\_U06; K\_U08

1\_K Potrafi pracować w zespole nad analizą strategiczną oraz przygotowywaniem strategii firmy K\_K01;

2\_K Potrafi identyfikować i rozstrzygać dylematy związane z wdrażaniem strategii i jej konsekwencjami dla firmy i jej otoczenia K-K04;

3\_K Uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów związanych z opracowaniem strategii i jest gotów korzystać z opinii ekspertów K\_K02

4\_K jest gotów do wdrażania w praktyce przygotowanych strategii K\_K05

**Metody i kryteria oceniania:**

Udział oceny z danej formy zajęć w ocenie końcowej z przedmiotu:

Wykład: 40 %

Ćwiczenia: 60%

Wykład:

100 % egzamin pisemny w formie testowej z pytaniami otwartymi lub zamkniętymi

Ćwiczenia

praktyczne przykłady z analizy strategicznej 30%, propozycja strategii rozwoju wybranej firmy 70%

**Sposoby weryfikacji efektów uczenia się**

Wykład: z prezentacją multimedialną i elementami aktywizacji studentów

Ćwiczenia: indywidualne i zespołowe studia przypadku z zakresu analizy strategicznej i formułowania strategii firmy - K\_W03;K\_W04;K\_W06\_K\_W07;K\_W08;K\_W10; K\_U02;K\_U03;K\_U04;K\_U06;K\_U08; K\_K01;K\_K02;K\_K04;K\_K05

**Wskaźniki ilościowe**

Nakłady pracy studenta związane z zajęciami:

1. Wymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela  
liczba godzin: 79; punkty ECTS: 3,16

– udział w wykładach - 30 godz.

– udział w ćwiczeniach - 45 godz.

– udział w egzaminie (w tym w egzaminie w sesji poprawkowej) - 4 godz.

2. Niewymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela  
liczba godzin: 96 ; punkty ECTS: 3,84

– przygotowanie do wykładu - 10 godz.

– przygotowanie do ćwiczeń - 20 godz.

– przygotowanie do egzaminu - 15 godz.

– przygotowanie projektu na wybrany temat - 16 godz.

– opracowanie zadanych case studies - 15 godz.

– studiowanie zalecanej literatury - 20 godz.

**Dane dotyczące przedmiotu cyklu:****Domyślny typ protokołu dla przedmiotu cyklu:**

Egzamin

**Skrócony opis:**

Celem przedmiotu jest:

- zapoznanie studentów ze szkołami zarządzania strategicznego
- zapoznanie ze strategiami występującymi w różnych modelach biznesowych,- - przedstawienie sposobów budowy strategii i jej znaczenia dla rozwoju przedsiębiorstwa,
- zapoznanie słuchaczy z terminami misja, wizja firmy,
- przygotowanie studentów do formułowania wniosków i projektowania strategii organizacji.

#### Opis:

Zarządzanie strategiczne – istota (decyzje strategiczne, poziomy problemów strategicznych, strategia jako plan; strategia jako wzorzec postępowania)

2. Szkoły zarządzania strategicznego (Szkoła planistyczna, Szkoła ewolucyjna, Szkoła pozycyjna, Szkoła zasobów, umiejętności i uczenia się)

3. Konkurencyjność przedsiębiorstwa (źródła, Strategie przewagi konkurencyjnej Portera)

4. Strategie wzrostu i rozwoju przedsiębiorstwa (Strategie produkt – rynek Ansoffa; podstawowe warianty strategii przedsiębiorstwa (wzrost, stabilizacja, redukcja) w zakresie wzrostu: penetracja rynku, rozwój rynku, integracja pionowa, outsourcing, dywersyfikacja pokrewna, dywersyfikacja niepokrewna)

5. Budowa strategii na podstawie szkoły pozycyjnej (Strategia na podstawie SWOT – podejście tradycyjne, Strategie na podstawie analiz sektorowych: punktowa ocena atrakcyjności sektora, model diamentu Portera, modele cyklu życia produktu, sektora - sektory embrionalne, dojrzałe, schyłkowe, 5 sił Portera, analiza grup strategicznych;

6. Budowa strategii na podstawie szkoły pozycyjnej - Metody portfelowe ( BCG, GE ,ADL)

7. Budowa strategii na podstawie szkoły pozycyjnej ( Krzywa Doświadczeń, Łańcuch tworzenia wartości , Pozycja firmy oraz popyt a strategia rozwoju firmy, Model SPACE)

8. Budowa strategii opartych o wewnętrzne źródła przewagi konkurencyjnej -szkoła zasobowa (koncepcja kluczowych kompetencji firmy Hamela i Prahalada; Koncepcja wyróżniających firmę zdolności J. Kaya ; Koncepcja organizacji uczącej się (P. Senge); Koncepcja zarządzania wiedzą w organizacji; Koncepcja przedsiębiorstwa wirtualnego; Struktury sieciowe klastry, Struktury odchudzone -innowacje i przedsiębiorczość)

9. Tworzenie dokumentu strategii organizacji (Misja i wizja rozwoju, Domena i przewaga strategiczna, Cele i funkcjonalne programy działania)

#### Literatura:

Literatura podstawowa:

1. Obłój K., Strategia organizacji, PWE, Warszawa 2014 lub Obłój K., Strategia organizacji. W poszukiwaniu trwałej przewagi konkurencyjnej, PWE, Warszawa 2007.
2. Pierścionek Z., Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa, PWN, Warszawa 2006 lub Pierścionek Z., Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa PWN, Warszawa 2003
3. Porter M.E., Strategie konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów, MT-Biznes, Warszawa 2010.
4. Romanowska M., Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie, PWE Warszawa 2009
5. Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE Warszawa 2017 lub Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 2007

Literatura dodatkowa:

1. Strategor, Strategie, struktury, decyzje, tożsamość, PWE, Warszawa, 2001.
2. Umysł McKinsey Ethan M. Rasiel, Paul N. Friga, K.E. Liber, Warszawa 2004.
3. David F. R., R. Forest, Strategic management concepts. David Pearson Education, Boston 2015
4. M.E. Porter, Competitive strategy : techniques for analyzing industries and competitors : with a new introduction, Michael E. Porter, New York, 1998
5. R. Krupski R. (red.), Zarządzanie strategiczne. Koncepcje – metody, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2007

#### Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Wykład: z prezentacją multimedialną i elementami aktywizacji studentów

Ćwiczenia: indywidualne i zespołowe studia przypadku z zakresu analizy strategicznej i formułowania strategii firmy - K\_W03;K\_W04;K\_W06\_K\_W07;K\_W08;K\_W10; K\_U02;K\_U03;K\_U04;K\_U06;K\_U08; K\_K01;K\_K02;K\_K04;K\_K05

## Wskaźniki ilościowe

Nakłady pracy studenta związane z zajęciami:

1. Wymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela

liczba godzin: 79; punkty ECTS: 3,16

- udział w wykładach - 30 godz.
- udział w ćwiczeniach - 45 godz.
- udział w egzaminie (w tym w egzaminie w sesji poprawkowej) - 4 godz.

2. Niewymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela

liczba godzin: 96 ; punkty ECTS: 3,84

- przygotowanie do wykładu - 10 godz.
- przygotowanie do ćwiczeń - 20 godz.
- przygotowanie do egzaminu - 15 godz.
- przygotowanie projektu na wybrany temat - 16 godz.
- opracowanie zadanych case studies - 15 godz.
- studiowanie zalecanej literatury - 20 godz.

## Szczegóły zajęć i grup

Wykład (30 godzin)

### Literatura:

Literatura podstawowa:

1. Obłój K., Strategia organizacji, PWE, Warszawa 2014 lub Obłój K., Strategia organizacji. W poszukiwaniu trwałej przewagi konkurencyjnej, PWE, Warszawa 2007.
2. Pierścionek Z., Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa, PWN, Warszawa 2006 lub Pierścionek Z., Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa PWN, Warszawa 2003
3. Porter M.E., Strategie konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów, MT-Biznes, Warszawa 2010.
4. Romanowska M., Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie, PWE Warszawa 2009
5. Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE Warszawa 2017 lub Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 2007

Literatura dodatkowa:

1. Strategor, Strategie, struktury, decyzje, tożsamość, PWE, Warszawa, 2001.
2. Umysł McKinsey Ethan M. Rasiel, Paul N. Friga, K.E. Liber, Warszawa 2004.
3. David F. R., R. Forest, Strategic management concepts. David Pearson Education, Boston 2015
4. M.E. Porter, Competitive strategy : techniques for analyzing industries and competitors : with a new introduction, Michael E. Porter, New York, 1998
5. R. Krupski R. (red.), Zarządzanie strategiczne. Koncepcje – metody, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2007

### Efekty kształcenia:

- 2\_W Ma pogłębioną wiedzę na temat strategii realizowanych przez przedsiębiorstwa na rynku krajowym i międzynarodowym Z\_2\_W03
- 2\_W Ma pogłębioną wiedzę na temat relacji konkurencji i współpracy zachodzących pomiędzy przedsiębiorstwami Z\_2\_W04
- 3\_W Ma pogłębioną wiedzę na temat znaczenia zasobów i kompetencji w budowaniu przewagi konkurencyjnej Z\_2W07
- 4\_W Ma pogłębioną wiedzę na temat głównych szkół w zarządzaniu strategicznym Z\_2W09
- 5\_W Ma pogłębioną wiedzę na temat metod analizy strategicznej Z\_2W10

### Metody i kryteria oceniania:

100 % egzamin pisemny w formie testowej z pytaniami zamkniętymi

### Zakres tematów zajęć:

- Zarządzanie strategiczne – istota (decyzje strategiczne, poziomy problemów strategicznych, strategia jako plan; strategia jako wzorzec postępowania)
2. Szkoły zarządzania strategicznego (Szkoła planistyczna, Szkoła ewolucyjna, Szkoła pozycyjna, Szkoła zasobów, umiejętności i uczenia się)
  3. Konkurencyjność przedsiębiorstwa (źródła, Strategie przewagi konkurencyjnej Portera)
  4. Strategie wzrostu i rozwoju przedsiębiorstwa (Strategie produkt – rynek Ansoffa; podstawowe warianty strategii przedsiębiorstwa (wzrost, stabilizacja, redukcja) w zakresie wzrostu: penetracja rynku, rozwój rynku, integracja pionowa, outsourcing, dywersyfikacja pokrewna, dywersyfikacja niepokrewna)
  5. Budowa strategii na podstawie szkoły pozycyjnej (Strategia na podstawie SWOT – podejście tradycyjne, Strategie na podstawie analiz

sektorowych: punktowa ocena atrakcyjności sektora, model diamentu Portera, modele cyklu życia produktu, sektora - sektory embrionalne, dojrzałe, schyłkowe, 5 sił Portera, analiza grup strategicznych;

6. Budowa strategii na podstawie szkoły pozycyjnej - Metody portfelowe ( BCG, GE ,ADL)

7. Budowa strategii na podstawie szkoły pozycyjnej ( Krzywa Doświadczeń, Łańcuch tworzenia wartości , Pozycja firmy oraz popyt a strategia rozwoju firmy, Model SPACE)

8. Budowa strategii opartych o wewnętrzne źródła przewagi konkurencyjnej -szkoła zasobowa (koncepcja kluczowych kompetencji firmy Hamela i Prahalada; Koncepcja wyróżniających firmę zdolności J. Kaya ; Koncepcja organizacji uczącej się (P. Senge); Koncepcja zarządzania wiedzą w organizacji; Koncepcja przedsiębiorstwa wirtualnego; Struktury sieciowe klastry, Struktury odchudzone -innowacje i przedsiębiorczość)

9. Tworzenie dokumentu strategii organizacji (Misja i wizja rozwoju, Domena i przewaga strategiczna, Cele i funkcjonalne programy działania)

#### **Metody dydaktyczne:**

Wykład: z prezentacją multimedialną i elementami aktywizacji studentów na platformie w formie on line

#### **Dane grup zajęciowych**

Grupa numer 1

#### **Prowadzący grupy:**

dr hab. Bogusław Plawgo, prof. PWSliP

#### **Ćwiczenia (45 godzin)**

##### **Literatura:**

Literatura podstawowa:

1. Oblój K., Strategia organizacji, PWE, Warszawa 2014 lub Oblój K., Strategia organizacji. W poszukiwaniu trwałej przewagi konkurencyjnej, PWE, Warszawa 2007.
2. Pierścionek Z., Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa, PWN, Warszawa 2006 lub Pierścionek Z., Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa PWN, Warszawa 2003
3. Porter M.E., Strategie konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów, MT-Biznes, Warszawa 2010.
4. Romanowska M., Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie, PWE Warszawa 2009
5. Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE Warszawa 2017 lub Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 2007

Literatura dodatkowa:

1. Strategor, Strategie, struktury, decyzje, tożsamość, PWE, Warszawa, 2001.
2. Umysł McKinsey Ethan M. Rasiel, Paul N. Friga, K.E. Liber, Warszawa 2004.
3. David F. R., R. Forest, Strategic management concepts. David Pearson Education, Boston 2015
4. M.E. Porter, Competitive strategy : techniques for analyzing industries and competitors : with a new introduction, Michael E. Porter, New York, 1998
5. R. Krupski R. (red.), Zarządzanie strategiczne. Koncepcje – metody, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2007

##### **Efekty kształcenia:**

- 1\_U Potrafi właściwie wyjaśniać i analizować za pomocą metod analizy strategicznej zjawiska wpływające na pozycję strategiczną firmy Z2\_U01
- 2\_U Potrafi właściwie dobrać narzędzia i metody analizy strategicznej Z2\_U02
- 3\_U Potrafi przygotować i zaprezentować strategię firmy oraz jej elementy Z2\_U06
- 1\_K Potrafi pracować w zespole nad analizą strategiczną oraz przygotowywaniem strategii firmy Z2\_K03 Z2\_K06
- 2\_K Potrafi identyfikować i rozstrzygać dylematy związane z kierunkiem działania firmy Z2\_K04

##### **Metody i kryteria oceniania:**

praktyczne przykłady z analizy strategicznej, propozycja strategii rozwoju wybranej firmy

praktyczne przykłady z analizy strategicznej 30%, propozycja strategii rozwoju wybranej firmy 70%

##### **Zakres tematów zajęć:**

Źródła informacji strategicznej  
Analiza strategiczna mikrootoczenia  
Analiza strategiczna otoczenia konkurencyjnego  
Analiza potencjału strategicznego organizacji  
Analiza TOWS/SWOT  
Formułowanie wizji i misji organizacji

Określanie celów strategicznych  
Budowa harmonogramu realizacji celów  
System monitorowania strategii  
Strategiczna karta wyników

**Metody dydaktyczne:**

indywidualne i zespołowe studia przypadku z zakresu analizy strategicznej i formułowania strategii firmy

**Dane grup zajęciowych**

Grupa numer 1

**Prowadzący grupy:**

dr inż. Stanisław Kaczyński

Grupa numer 2

**Prowadzący grupy:**

dr Adam Tomanek

**Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:**

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Przedmioty na zarządzaniu II stopnia stacjonarnym semestr 1 (ZA-MS-S1)	19/20Z	

**Punkty przedmiotu w cyklach:**

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
ECTS (ECTS)	7	19/20Z	