



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Zarządzanie strategiczne

Przedmiot

Kierunek studiów

Inżynieria Zarządzania

Studia w zakresie (specjalność)

Zarządzanie przedsiębiorstwem przyszłości

Poziom studiów

drugiego stopnia

Forma studiów

niestacjonarne

Rok/semestr

1/1

Profil studiów

ogólnoakademicki

Język oferowanego przedmiotu

polski

Wymagalność

obligatoryjny

Liczba godzin

Wykład

12

Ćwiczenia

10

Laboratoria

Projekty/seminaria

Inne (np. online)

Liczba punktów ECTS

4

Wykładowcy

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr hab. Hanna Włodarkiewicz-Klimek, prof. PP

e-mail: hanna.wlodarkiewicz-

klimek@put.poznan.pl

tel. 616653372

Wydział Inżynierii Zarządzania

ul. J. Rychlewskiego 2, 60-965 Poznań

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

prof. dr hab. inż. Stefan Trzcieliński

e-mail: stefan.trzcielinski@put.poznan.pl

tel. 616653372

Wydział Inżynierii Zarządzania

ul. J. Rychlewskiego 2, 60-965 Poznań



Wymagania wstępne

Wiedza: Potrafi wyjaśnić podstawowe zagadnienia nauki o organizacji i teorii zarządzania.

Umiejętności: Umie identyfikować i kojarzyć podstawowe problemy nauki o organizacji i teorii zarządzania.

Kompetencje: Wykazuje gotowość do rozwoju swojej wiedzy i umiejętności. Jest otwarty na pracę w zespole.

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest nabycie wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie: rozumienia istoty, zasad i prawidłowości zarządzania strategicznego; rozumienia metod analizy strategicznej i planowania strategicznego; stosowania metod analizy strategicznej i planowania strategicznego do rozwiązywania problemów zarządzania oraz kształtowania strategii przedsiębiorstwa.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza

Student opisuje szczegółowo metody analizy otoczenia biznesowego, identyfikuje je oraz demonstruje ich praktyczne zastosowanie w modelowaniu procesów decyzyjnych w zarządzaniu strategicznym [P7S_WG_02].

Student wyjaśnia i nazywa wpływ kontekstowych nauk, takich jak ekonomia, psychologia organizacji i nauki o zarządzaniu, na rozwijanie i wdrażanie strategii biznesowych, a także analizuje te wpływy [P7S_WG_04].

Student identyfikuje i charakteryzuje wpływ wizji, misji oraz celów strategicznych na modelowanie struktur organizacyjnych przedsiębiorstwa, a także wyjaśnia mechanizmy tych wpływów [P7S_WG_05].

Student wymienia różnorodne strategie organizacyjne, w tym międzynarodowe, a także analizuje, jak można je powiązać z zależnościami wewnętrznymi w przedsiębiorstwie, przywołując konkretne przykłady [P7S_WG_06].

Student demonstruje swoją wiedzę w zakresie pozyskiwania i analizowania danych rynkowych, niezbędnych dla formułowania strategii biznesowych, pokazuje ich znaczenie oraz praktyczne wykorzystanie w procesie strategicznego zarządzania [P7S_WG_07].

Umiejętności

Student stosuje teoretyczne podstawy zarządzania strategicznego do analizy i rozwiązywania realnych problemów organizacyjnych [P7S_UW_01]

Student integruje różne metody analizy otoczenia organizacji, w tym zarówno makro-, jak i mikrootoczenie, dla skutecznego planowania strategicznego [P7S_UW_02]

Student stosuje teorie zarządzania strategicznego do oceny i interpretacji zjawisk społecznych i ich wpływu na strategię organizacji [P7S_UW_05]



Student przeprowadza krytyczną analizę i interpretację zależności między zjawiskami społecznymi a strategią organizacji [P7S_UW_06]

Student formułuje i testuje hipotezy odnoszące się do skuteczności różnych strategii zarządzania w oparciu o analizę danych rynkowych i organizacyjnych [P7S_UW_07]

Kompetencje społeczne

Student identyfikuje złożone zależności przyczynowo-skutkowe w procesie realizacji strategii organizacyjnych i podejmuje decyzje strategiczne oparte na tej analizie [P7S_KK_02]

Student kieruje projektami strategicznymi, uwzględniając aspekty społeczne, kulturowe i biznesowe [P7S_KO_01]

Student planuje, implementuje i ocenia strategie biznesowe, zarówno na poziomie lokalnym, jak i międzynarodowym [P7S_KO_03]

Student demonstruje zrozumienie i stosowanie zasad etyki zawodowej i poszanowania różnorodności w procesie zarządzania strategicznego i jest gotów do ich praktycznego zastosowania [P7S_KR_01]

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Ocena formująca:

a) w zakresie ćwiczeń - warsztatów: na podstawie oceny bieżącego postępu realizacji zadań w procesie kształtowania misji, celów i strategii przedsiębiorstwa (analiza przypadku).

b) w zakresie wykładów: na podstawie krótkich zadań indywidualnych lub zespołowych wykonanych w trakcie wykładu,

Ocena podsumowująca:

a) w zakresie ćwiczeń (warsztatów) na podstawie: (1) publicznej prezentacji misji, celów i wyników analizy strategicznej oraz strategii przedsiębiorstwa; (2) dyskusji prowadzonej po prezentacji; (3) formy i jakości przygotowanych materiałów (plakatów),

b) w zakresie wykładów: egzamin w formie testu wyboru, z odpowiedziami wśród których co najmniej jedna jest poprawna; każde pytanie jest punktowane w skali od 0 do 1; egzamin jest zdany po uzyskaniu co najmniej 55% punktów. Do egzaminu można przystąpić po zaliczeniu ćwiczeń - warsztatów.

Treści programowe

Program przedmiotu obejmuje następujące zagadnienia: Otoczenie współczesnych organizacji. Istota zarządzania strategicznego. Procesowe ujęcie zarządzania strategicznego: wizja, misja i cele strategiczne organizacji, strategia - istota i poziomy, implementacja strategii, kontroling strategiczny. Strategia a struktura oraz kultura organizacji. Planowanie strategiczne i analiza strategiczna - metody analizy makrootoczenia, otoczenia konkurencyjnego (przemysłowego) i potencjału organizacji. Typologie



strategii. Strategie międzynarodowe. Podsumowanie - szkoły i nurty zarządzania strategicznego, strategia a modele biznesu.

Metody dydaktyczne

Wykłady - monograficzne i konwersatoryjne

Ćwiczenia - warsztaty w oparciu o studia przypadków z wykorzystaniem metod moderacji wizualnej

Literatura

Podstawowa

1. Trzcieleński S., Kruszyński M., Trzcieleńska J. (2023). Shaping the enterprise's strategy – theory and practice. Kształtowanie strategii przedsiębiorstwa – teoria i praktyka. Publishing House of Poznan University of Technology, Poznań, 342 s.

Open access: https://wydawnictwo.put.poznan.pl/books/isbn_978-83-7775-718-5

2. Kałkowska J., Pawłowski E., Trzcieleńska J., Trzcieleński S., Włodarkiewicz-Klimek H., Zarządzanie strategiczne. Metody analizy strategicznej przykładami, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań, 2010.

3. Romanowska M., Planowanie strategiczne, PWE, Warszawa, 2017.

4. Stabryła A., Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce, Polskie Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 2019.

Uzupełniająca

1. Ciszewska-Mlinaric M., Obłók K., Wąsowska A., Strategia korporacji, Wydawnictwo Nieoczywiste, Warszawa, 2021.

2. Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa, 2017.

3. Kennedy R. (2020). Strategic Management. Virginia Tech. Publishing.

4. Thompson A., Strickland A., Gamble J. (2015). Crafting and Executing Strategy: Concepts and Readings 20th Edition. McGraw-Hill Education.

5. Banaszyk P., Zmienność zarządzania strategicznego przedsiębiorstwem. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Poznań, 2011

6. Lynch R. (2012). Strategic Management. Pearson, Harlow. Urbanowska - Sojkin (red.), Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem, PWE, Warszawa 2007

7. Grant R.M. (2010). Contemporary Strategy Analysis. John Wilay & Sons, Barcelona



Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

| | Godzin | ECTS |
|---|--------|------|
| Łączny nakład pracy | 100 | 4,0 |
| Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem | 25 | 1,0 |
| Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do ćwiczeń, przygotowanie do egzaminu, wykonanie projektu) ¹ | 75 | 3,0 |

¹ niepotrzebne skreślić lub dopisać inne czynności