

Opis przedmiotu

Kod przedmiotu	ZGP 33
Nazwa przedmiotu	Strategiczna analiza otoczenia
Wersja przedmiotu	2

A. Usytuowanie przedmiotu w systemie studiów

Poziom kształcenia	Studia I stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	Niestacjonarne
Kierunek studiów	Ekonomia
Profil studiów	Profil ogólnoakademicki
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych w Płocku
Jednostka realizująca	KNEiS, Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Koordinator przedmiotu	prof. dr hab. Stefan Krajewski

B. Ogólna charakterystyka przedmiotu

Blok przedmiotów	Specjalnościowe Gospodarka przemysłowa
Grupa przedmiotów	Obowiązkowe
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Semestr nominalny	5 (r.a. 2016/2017)
Usytuowanie realizacji w roku akademickim	semestr zimowy
Wymagania wstępne	brak
Limit liczby studentów	min. 15

C. Efekty kształcenia i sposób prowadzenia zajęć

Cel przedmiotu	Przekazanie wiedzy dotyczącej przeprowadzania analizy strategicznej w pełnym zakresie: analizy makrootoczenia, otoczenia konkurencyjnego i potencjału strategicznego przedsiębiorstwa. Zapoznanie studentów z zestawem podstawowych i najbardziej użytecznych w procesie planowania i zarządzania strategicznego metod, które pozwalają na zbadanie, ocenę i przewidywanie przyszłych stanów wybranych obszarów przedsiębiorstwa i jego otoczenia z punktu widzenia możliwości przetrwania i rozwoju.	
Efekty kształcenia	Patrz tabela 1.	
Formy zajęć i ich wymiar	Wykład	16
	Ćwiczenia	0
	Laboratorium	0
	Projekt	0
	Lekcje komputerowe	0
Treści kształcenia	1. Pojęcie, geneza, i rozwój analizy strategicznej; 2. Zakres i wykorzystanie analizy strategicznej; 3. Makrootoczenie i jego składniki; 4. Zakres i cele analizy otoczenie konkurencyjnego przedsiębiorstwa: analiza 5 sił M.E. Portera, metoda oceny punktowej atrakcyjności sektora, analiza grup strategicznych w sektorze, analiza gron. 5. Strategiczna analiza wnętrza przedsiębiorstwa: bilans strategiczny przedsiębiorstwa, analiza łańcucha wartości, bilans strategiczny przedsiębiorstwa, cykl życia	

Opis przedmiotu

	produktu i technologii 6. Metody określania pozycji strategicznej przedsiębiorstwa - analiza SWOT w ujęciu statycznym i dynamicznym
Metody oceny	Zliczenie na podstawie kolokwium w trakcie semestru. Podstawą do uzyskania oceny pozytywnej jest zaliczenie wszystkich efektów kształcenia.
Metody sprawdzania efektów kształcenia	Patrz tabela 1.
Egzamin	nie
Literatura	1. M. Romanowska, Planowanie strategii w przedsiębiorstwie, PWE, Warszawa, 2009r. 2. G. Gierszewska. M. Romanowska, Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE Warszawa, 2009r. 3. M.E. Porter, Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów. PWE Warszawa, 2000r.,
Witryna www przedmiotu	www.knes.pw.plock.pl
D. Nakład pracy studenta	
Liczba punktów ECTS	3
Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów kształcenia	16 wykład; 15 przygotowanie do zajęć, 16 przygotowanie do zaliczenia; 10 przygotowanie do kolokwium; 13 konsultacje i dodatkowe zaliczenia
Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:	0,64 wykład 0,52 konsultacje i dodatkowe zaliczenia
Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym	0
E. Informacje dodatkowe	
Uwagi	brak
Data ostatniej aktualizacji	2018-01-19 22:02:32

Tabela 1. Efekty przedmiotowe

Profil ogólnoakademicki - wiedza

Efekt:	Student ma wiedzę z zakresu najbardziej znanych i najczęściej stosowanych metod w strategicznej analizie otoczenia.
Kod:	W18
Weryfikacja:	kolokwium - pytania problemowe
Powiązane efekty kierunkowe	K_W18
Powiązane efekty obszarowe	S1A_W08
Efekt:	Student ma wiedzę dotyczącą analizy makrootoczenia i jego składników oraz otoczenia konkurencyjnego przedsiębiorstwa
Kod:	W19
Weryfikacja:	kolokwium - pytania problemowe
Powiązane efekty kierunkowe	K_W19
Powiązane efekty obszarowe	S1A_W08

Profil ogólnoakademicki - umiejętności

Efekt:	Student potrafi stosować analizę SWOT jako kompleksową metodę do badania otoczenia organizacji i analizy jej wnętrza
Kod:	U15
Weryfikacja:	kolokwium - pytania problemowe

Tabela 1. Efekty przedmiotowe	
Powiązane efekty kierunkowe	K_U15
Powiązane efekty obszarowe	S1A_U06
Efekt:	Student potrafi wszechstronnie analizować oraz krytycznie oceniać obszar społeczny, finansowy, produkcyjny i marketingowy podmiotu gospodarczego.
Kod:	U17
Weryfikacja:	kolokwium - pytania problemowe
Powiązane efekty kierunkowe	K_U17
Powiązane efekty obszarowe	S1A_U08
Efekt:	Student potrafi pozyskiwać, analizować oraz interpretować dane pochodzące z dokumentów strategicznych podmiotu gospodarczego.
Kod:	U22
Weryfikacja:	kolokwium - pytania problemowe
Powiązane efekty kierunkowe	K_U22
Powiązane efekty obszarowe	S1A_U02
Efekt:	Student potrafi użyć metod portfelowych do postawienia diagnozy obecnej i przyszłej sytuacji przedsiębiorstwa i przewidywania przyszłego układu warunków jego funkcjonowania.
Kod:	U24
Weryfikacja:	kolokwium - pytania problemowe
Powiązane efekty kierunkowe	K_U24
Powiązane efekty obszarowe	S1A_U04
Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne	
Efekt:	Student potrafi rozwiązać problemy w sposób niestandardowy, wykorzystując nowatorskie podejście i niekonwencjonalne pomysły
Kod:	K11
Weryfikacja:	dyskusja nad prezentowanymi przykładami/problemami
Powiązane efekty kierunkowe	K_K11
Powiązane efekty obszarowe	S1A_K04