



<b>Przedmiot:</b> Zarządzanie strategiczne				
<b>Forma zajęć:</b> ćwiczenia	<b>Semestr:</b> 5	<b>Rok:</b> 3	<b>Wymiar godzin:</b> 30	<b>Punkty ECTS:</b>
<b>Forma zaliczenia:</b> zaliczenie na ocenę		<b>Typ przedmiotu:</b> obowiązkowy		<b>Język nauczania:</b> polski
<b>Kierunek:</b> Stosunki Międzynarodowe			<b>Tryb:</b> niestacjonarne wieczorowe	<b>Rodzaj:</b> jednolite magisterskie
<b>Specjalność:</b> Handel zagraniczny				
<b>Katedra:</b> Zarządzania Strategicznego				
<b>Stopień naukowy wykładowcy:</b> dr hab. prof UE		<b>Imię i nazwisko wykładowcy:</b> Leon Jakubów		

**Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):**

Podstawy zarządzania, Nauka o przedsiębiorstwie, Marketing

**Program przedmiotu:**

1. Omówienie procedury tworzenia strategii firmy
2. Istota i metody analizy strategicznej
3. Analiza przypadku - Tworzenie strategii dla Zakładów Odzieżowych "Bytom"
4. Analiza sytuacji przedsiębiorstwa ZO Bytom
5. Analiza otoczenia ZO Bytom (makrootoczenie, rynek, konkurencja)
6. Formułowanie wizji, misji, celów strategicznych
7. Analiza celów
8. Opracowanie wariantów strategicznych dla ZO Bytom
9. Wybór wariantu i uzasadnienie wyboru

**Metody dydaktyczne:**

metody praktyczne, analiza przypadku

**Cele przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest dostarczenie studentom aktualnej wiedzy w zakresie formułowania i realizacji strategii organizacji gospodarczej oraz zapoznanie z metodami analizy strategicznej.

**Warunki zaliczenia:**

Opracowanie w 4-osobowych zespołach strategii dla wybranej firmy

**Literatura podstawowa (do 4 pozycji):**

1. Zarządzanie strategiczne, AE, Wrocław 2000
2. K.Obłój, Strategia organizacji, PWE, Warszawa 2007
3. T.Gołębiowski, Zarządzanie strategiczne, Difin, Warszawa 2001
4. G.Gierszewska, M.Romanowska, Analiza strategiczna przedsiębiorstw, PWE, Warszawa 2002

**Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):**

1. A.Stabryła, Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy, PWN, Warszawa - Kraków 2000
2. Zarządzanie strategiczne. Koncepcje, metody, praca zbiorowa pod red. M.Moszkowicza, PWE, Warszawa 2005
3. Z.Pierścionek, Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa, PWN, Warszawa 2003
4. I.Penc-Pietrzak, Analiza strategiczna w zarządzaniu firmą. Koncepcja i stosowanie, C.H.Beck, Warszawa 2003.