

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie strategiczne i projektowanie odporności organizacji, PG_00177908						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2026/2027		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski polski		
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS			7.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Organizacji i Zarządzania						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Wojciech Machel				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	45.0	0.0	0.0	0.0	75
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	75		4.0		96.0	175
Cel przedmiotu	Przedstawienie i rozwijanie wiedzy i umiejętności niezbędnych do formułowania, implementacji i oceny strategii organizacyjnych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZMU2_W02] Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie istotę, złożoność oraz funkcjonowanie różnych rodzajów organizacji, ich artefakty, obszary funkcjonalne oraz zachodzące w nich procesy, a także powiązania z otoczeniem.	Student umie zidentyfikować procesy i zasoby organizacji w kontekście realizacji strategii	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[ZARZMU2_U01] Student potrafi analizować i twórczo interpretować złożone procesy oraz zjawiska społeczno-gospodarcze w kontekście podejmowania decyzji biznesowych, wykorzystując uporządkowaną wiedzę i narzędzia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów.	Student posiada umiejętność analizy organizacji w kontekście zachodzących zmian w podziale na bliższe i dalsze otoczenie organizacji.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[ZARZMU2_W08] Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie cele, specyfikę i złożoność procesów zarządzania, ich powiązanie z innymi procesami w organizacji oraz towarzyszące im wyzwania i dylematy, w kontekście dynamicznie zmieniającego się otoczenia.	Student identyfikuje główne czynniki wewnętrzne i zewnętrzne organizacyjnej mające wpływ na sukces organizacji.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[ZARZMU2_U02] Student potrafi zidentyfikować złożone problemy związane z funkcjonowaniem organizacji, realizowanymi w niej procesami oraz jej relacjami z dynamicznym otoczeniem oraz proponować adekwatne (w tym innowacyjne) rozwiązania.	Student posiada umiejętność analizy organizacji w kontekście jej obecnej i przyszłej sytuacji rynkowej.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego
Treści przedmiotu	1. Proces zarządzania strategicznego, 2. Strategia a sukces przedsiębiorstwa 3. Szkoły tworzenia strategii organizacji 4. Planistyczne versus inkrementalne podejście do budowy strategii, 5. Pozycyjne versus zasobowe podejście do budowy strategii, 6. Poziomy strategiczne i rodzaje strategii, 7. Metody analizy makrootoczenia, 8. Metody analizy otoczenia konkurencyjnego, 9. Metody analizy potencjału strategicznego 10. Ocena pozycji strategiczne przedsiębiorstwa 11. Określanie celów strategicznych - misja, wizja i BSC. 12. Strategiczna karta wyników zasady tworzenia i rozpisania celów strategicznych 13. Odporność strategiczna a odporność operacyjna 14. Znaczenie odporności w kontekście turbulencji i niepewności rynkowej 15. Analiza paradoksów strategicznych		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Studenci powinni znać podstawowe modele konkurencji rynkowej, równowagi i wzrostu gospodarczego, handlu międzynarodowego, rynku kapitałowego i pieniężnego. Powinni posiadać elementarną wiedzę z zakresu statystyki oraz praktyczną umiejętność eksploracji danych.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Pisemne kolokwium	51.0%	50.0%
	Pisemny projekt i jego prezentacja	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. B. de Wit, R. Meyer, Synteza strategii, PWE, Warszawa 2007. 2. G. Gierszewska, M. Romanowska, Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 2017. 3. K. Obłój, Strategia organizacji - w poszukiwaniu trwałej przewagi konkurencyjnej, PWE, Warszawa 2014. 4. J. Rokita, Zarządzanie strategiczne, Tworzenie i utrzymywanie przewagi konkurencyjnej, PWE, Warszawa 2005. 5. Romanowska M., Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne 2017 R. Kaplan, D. Norton..., Strategiczna karta Wyników, PWN, 2009	

	Uzupełniająca lista lektur	1. Machel, W. (2010). Paradoxy strategiczne. W: A. Zakrzewska-Bielawska (red.), <i>Koncepcje i metody zarządzania strategicznego oraz nadzoru korporacyjnego: doświadczenia i wyzwania</i>. Warszawa: Wydawnictwo C. H. Beck. 2. Machel, W. (2022). Odporność organizacyjna - czynnik sukcesu czy próba rekonfiguracji podejścia do strategii? W: P. Wróbel (red.) <i>Organizacje w warunkach gospodarki cyfrowej</i>. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, s. 201, ISBN 978-83-8206-399-8 3. Machel, W. (2024). Strategic coherence in the world of VUCA. W: <i>Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie</i>, 2024, nr 194, s. 275-294\ 4. Machel, W. (2025), Strategia a kultura organizacji [w] <i>Kultura Organizacji Uwarunkowania zewnętrzne i</i>
	Adresy eZasobów	Uzupełniające https://hbr.org/2021/01/the-rules-of-co-opetition. - 1. Brandenburger, A., Nalebuff, B. (2021). The rules of co-opetitions. Harvard Business Review, 1-2
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Od czego zależy sukces przedsiębiorstwa? Dlaczego jedne organizacje osiągają cele biznesowe a i inne nie? Czy strategia powinna się zmieniać. Wymień narzędzia analizy strategicznej?	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.