

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Podstawy strategii biznesu , PG_00178195						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		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		
Semestr studiów	3		Liczba punktów ECTS		7.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Strategicznego Rozwoju i Nauk o Jakości						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Jędrzej Siciński				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	30.0	15.0	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	Celem przedmiotu jest wykształcenie u studenta elementarnych podstaw zdolności myślenia strategicznego w odniesieniu do różnych kontekstów funkcjonowania organizacji. Przedmiot szczególnie koncentruje się na promowaniu postaw długoterminowych jako warunku niezbędnego do budowania przewagi konkurencyjnej na rynku.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[ZARZL3_U06] Student potrafi wykorzystywać i integrować wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, a także ekonomii i finansów na potrzeby rozstrzygania dylematów oraz rozwiązywania złożonych problemów zarządczych, pojawiających się w pracy zawodowej.		Student łączy nurty oraz metody z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, tworzy zarysy planów strategicznych dla organizacji wraz z demonstrowaniem sposobu ich wdrożenia.		[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport		
	[ZARZL3_W09] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie ogólne zasady tworzenia oraz rozwoju tradycyjnych i nowoczesnych form przedsiębiorczości wykorzystującej wiedzę z obszaru nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów.		Student kompleksowo wyjaśnia znaczenie strategii jako długoterminowej podstawy przetrwania organizacji oraz identyfikuje czynniki sukcesu jej kreacji i wdrożenia.		[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny		

Treści przedmiotu	1 Myślenie strategiczne - istota, ewolucja i sylwetki wielkich strategów 2 Misja, wizja i cele przedsiębiorstwa 3 Proces formułowania strategii - wybrane szkoły i nurty 4 Poziomy strategii i ich integracja 5 Otoczenie przedsiębiorstwa i jego związek ze strategią 6 Podstawy analizy strategicznej - metodyka 7 Kreacja i wdrażanie strategii - praktyczne warsztaty 8 Problematyka nihilizmu strategicznego 9 Strategie w zmiennym otoczeniu - zwinne planowanie 10 Strategia ujęcie społeczne i kultura organizacyjna		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe) egzamin pisemny projekt zespołowy i jego prezentacja	Próg zaliczeniowy 51.0% 51.0%	Składowa oceny końcowej 60.0% 40.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur Uzupełniająca lista lektur Adresy eZasobów	1. Antonowicz P. (red.), Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa. Interaktywny podręcznik z zakresu zarządzania. Repozytorium case study dla studentów, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2020 (studentów obowiązują wszystkie rozdziały autorstwa J. Sicińskiego, R. Płoskiej lub/i J. Próchniak). 2. Obłój K., Praktyka strategii firmy, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2023. 3. Płoska R., Próchniak J., Granice społecznego charakteru i jego pomiar w działalności przedsiębiorstw, w: Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa: perspektywa nauki i praktyki gospodarczej / Wiśniewska Małgorzata, Antonowicz Paweł, Szymańska-Brałkowska Małgorzata (red.), 2020, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2020. 4. Siciński J., Tworzenie i przechwytywanie wartości jako czynnik rozwoju przedsiębiorstwa w: Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa: perspektywa nauki i praktyki gospodarczej / Wiśniewska Małgorzata, Antonowicz Paweł, Szymańska-Brałkowska Małgorzata (red.), vol. 1, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2020. 5. Stabryła A., Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012. 1. Antonowicz P. , Delińska L., Siciński J. , Sliż P., Back to black? : macroeconomic analysis of hard coal sector in European Union 19902030, Scientific Papers. Organization and Management, nr 178, 2023. 2. Sliwotzky A.J., Morrison D.J., Andelman B., Strefa zysku. Strategiczne modele działalności, PWE, Warszawa 2000 Podstawowe https://pte.pl/uploads/16_21_TEMAT_NR_prof_Elzbiet_Maczynska_Strategie_1_26bf1611f8-Długookresowe-strategie-artyku%C5%82-naukowy	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Wydobycie strategii w ujęciu szkoły planistycznej oraz ewolucyjnej Rekomendacje strategiczne w konsekwencji zrealizowanej analizy otoczenia dalszego		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.