

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie wartością, PG_00178779						
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	niestacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		6.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		egzamin		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Mariusz Chmielewski				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	8.0	24.0	0.0	0.0	0.0	32
	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	32		2.0		116.0	150
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przygotowanie studentów do samodzielnej analizy, oceny i projektowania działań zwiększających wartość przedsiębiorstwa z uwzględnieniem interesów różnych grup interesariuszy oraz wymiarów finansowych, społecznych i środowiskowych w oparciu o koncepcje VBM. Studenci pracują z praktycznymi studiami przypadków i danymi finansowymi, co pozwala im na zastosowanie narzędzi VBM w kontekście rzeczywistych wyzwań rynkowych i oczekiwań interesariuszy.						

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 atrybuty, obszary funkcjonalne oraz zachodzące w nich procesy, a także powiązania z otoczeniem.	Student identyfikuje oraz wyjaśnia zależności między wymiarami wartości (finansowym, społecznym i środowiskowym) a decyzjami zarządczymi w przedsiębiorstwie, w kontekście współczesnych koncepcji zrównoważonego zarządzania wartością.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[ZARZMU2_W06] Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie zasady racjonalnego podejmowania decyzji w odniesieniu do poszczególnych zasobów, obszarów funkcjonalnych w organizacji, procesów oraz poziomów zarządzania, w oparciu o uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów.	Student wyjaśnia (z wykorzystaniem koncepcji zintegrowanej wartości) wzajemne powiązania między obszarami funkcjonalnymi organizacji a czynnikami kształtującymi wartość przedsiębiorstwa (w tym finansowymi, społecznymi i środowiskowymi), a także rozróżnia oraz wyjaśnia różne metody pomiaru i wyceny wartości przedsiębiorstwa (np. EVA, FCF, CLV), wskazując ich przydatność w kontekście interesów różnych grup.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[ZARZMU2_U04] Student potrafi poprawnie wybrać, właściwie wykorzystywać, przystosowywać lub opracowywać nowe metody i narzędzia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów - na potrzeby procesów decyzyjnych.	Student dobiera oraz przystosowuje metody i narzędzia pomiaru wartości przedsiębiorstwa do specyfiki różnych typów organizacji i ich interesariuszy, z uwzględnieniem celów strategicznych i otoczenia rynkowego, a także projektuje i udowadnia działania zwiększające wartość przedsiębiorstwa, wykorzystując odpowiednie narzędzia zarządzania strategicznego, analizy ryzyka i nadzoru korporacyjnego w kontekście zmieniających się uwarunkowań ekonomicznych i społecznych.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[ZARZMU2_U02] Student potrafi identyfikować złożone problemy związane z funkcjonowaniem organizacji, realizowanymi w niej procesami oraz jej relacjami z dynamicznym otoczeniem oraz proponować adekwatne (w tym innowacyjne) rozwiązania.	Student identyfikuje kluczowe generatory wartości w organizacji oraz projektuje działania zwiększające wartość przedsiębiorstwa w oparciu o analizę jego potencjału, ryzyk i otoczenia.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport

Treści przedmiotu	1. Idea zrównoważonego VBM w świetle nowych paradygmatów ekonomicznych. 2. Wymiary wartości a wartość zintegrowana (finansowa, społeczna, środowiskowa). 3. Generatory wartości i ich pomiar (operacyjne, relacyjne, intelektualne). 4. Pomiar wartości dodanej dla akcjonariuszy i interesariuszy (EVA, MVA, SVA, FCF, CLV). 5. Pomiar, analiza i monitorowanie wartości wycena przedsiębiorstwa na rzecz kreowania wartości. 6. Strategie budowania wartości w warunkach niepewności i zmiennego otoczenia. 7. Identyfikacja oraz zarządzanie ryzykiem na rzecz budowania wartości przedsiębiorstwa. 8. Restrukturyzacja przedsiębiorstwa jako narzędzie budowania wartości organizacji. 9. Mechanizmy nadzoru korporacyjnego a ochrona wartości akcjonariuszy / interesariuszy. 10. Systemy motywacyjne oparte o wartość jako narzędzie realizacji VBM. 11. Ograniczenia i zagrożenia związane z koncepcją VBM konflikt interesów, kryzys zaufania, finansyzacja gospodarki. 12. Technologia i dane w zarządzaniu wartością przedsiębiorstwa.		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Wiedza z zakresu zarządzania strategicznego oraz finansów strategicznych.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Projekt	51.0%	40.0%
	Test	51.0%	60.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur 1. Bielecki, J. K., & Pawłowicz, L. (red). Zarządzanie wartością spółki kapitałowej. CeDeWu, Warszawa 2015. 2. Szablewski A., Pniewski K., Value Based Management koncepcje, narzędzia, przykłady, Poltext, Warszawa 2008. 3. Panfil M., Szablewski A., Wycena wartości od teorii do praktyki, Difin, Warszawa 2011. 4. Szczepankowski P.; Wycena i zarządzanie wartością przedsiębiorstwa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.		

Uzupełniająca lista lektur	1. Rappaport A.; Wartość dla akcjonariuszy. Poradnik dla menedżera i inwestora, WIG-Press. Warszawa 1999. 2. Paździor A. Zarządzanie wartością współczesnego przedsiębiorstwa, Wydawnictwo Politechniki Lubelskiej, Lublin 2015. 3. Siciński J., Istota zarządzania przez wartość źródła danych i podstawy formułowania rekomendacji zarządczych (studium przypadku). [w:] P. Antonowicz (red.), Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa: interaktywny podręcznik z zakresu zarządzania: repozytorium case study dla studentów, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2020, s.47-58. 4. Dobiegała-Korona B. Herman A.; Współczesne źródła wartości przedsiębiorstwa, Difin, Warszawa 2006. 5. Wrońska, E. M.; Wartość dla akcjonariuszy a wartość rynkowa akcji.[w:] Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio H. Oeconomia,39, Lublin 2005; s.251-262. 6. Cwynar, A., & Cwynar, W. EVA a kreacja wartości dla akcjonariuszy.[w:] Przegląd Organizacji 1/2004, Warszawa 2004, s. 32-34. 7. Michalak, M.;Pomiar i komunikowanie wartości ekonomicznej operacyjnego majątku trwałego w systemie rachunkowości: teoretyczne, studia przypadków, model. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2022. 8. Chmielewski, M., Maciej Leszek, H. Y. Z. Y., & Spigarska, E.; The impact of companies' financial results on investors' financial decisions during the COVID-19 pandemic in selected companies listed on the Warsaw Stock Exchange (WSE).[w:] 41st International Business Information Management Association Conference. International Business Information Management Association. Cadis 2021. 9. Siderska, J.;Pomiar wartości kapitału społecznego z wykorzystaniem sztucznych sieci neuronowych. Poland: Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok 2021. 10. Copeland T., Koller T., Murrin J.; Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies, John Wiley & Sons Inc., New York 1990. 11. Jaki A., Siuta-Tokarska B.; New Imperative of Corporate Value Creation in Face of the Challenges of Sustainable Development, [w:] Entrepreneurial Business and Economics Review, 2019 nr 7(2), https:// doi.org/10.15678/EBER.2019.070204 12. Martin J.D., Petty J.W., Wallace J.S.; Value Based Management with Corporate Social Responsibility, Oxford University Press, New York 2009. 13. Rudny W.; Finansjalizacja we współczesnej gospodarce, [w:] K. Jędralska, W. Dyduch (red.), Nauki o zarządzaniu. Dokonania, trendy, wyzwania, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2017, s. 313325. 14. Slywotzky A.J.; Value Migration, Harvard Business School Press, Boston 1996.
----------------------------	---

		15. Schoenmaker, D., & Schramade, W.; Corporate finance for long-term value. Springer Nature 2023. 16. Fernández P. García de la Garza D. Fernández Acín L., Market Risk Premium and Risk-Free Rate used for 96 countries in 2024, IESE Business School, Madrid 2024.
	Adresy eZasobów	Podstawowe https://old.wzr.ug.edu.pl/fid/ - Internetowy podręcznik Uzupełniające https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/ - Dane finansowe: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3861152 https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4407839 https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3803990 https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4754347
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Zidentyfikuj kluczowe generatory wartości w analizowanym przedsiębiorstwie notowanym na GPW. Sporządź mapę zmian wartości wybranego przedsiębiorstwa notowanego na GPW Oszacuj wartość dochodową wybranego przedsiębiorstwa notowanego na GPW	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.