

SYLABUS
DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2025/26-2028/29
ROK AKADEMICKI 2026/27

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	<i>Analiza strategiczna</i>
Kod przedmiotu*	
Nazwa jednostki prowadzącej kierunek	<i>Instytut Informatyki, Wydział Nauk Ścisłych i Technicznych</i>
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	<i>Wydział Ekonomii i Finansów</i>
Kierunek studiów	<i>Informatyka i ekonometria</i>
Poziom studiów	<i>studia pierwszego stopnia</i>
Profil	<i>praktyczny</i>
Forma studiów	<i>studia stacjonarne</i>
Rok i semestr/y studiów	<i>rok II, sem. IV</i>
Rodzaj przedmiotu	<i>przedmiot kierunkowy</i>
Język wykładowy	<i>polski</i>
Koordynator	<i>dr hab. Mariola Grzebyk, prof. UR</i>
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	<i>dr hab. Mariola Grzebyk, prof. UR</i>

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne (jakie?)	Liczba pkt. ECTS
4	15			15					2

1.2. Sposób realizacji zajęć

☒ zajęcia w formie tradycyjnej

☐ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3. Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

Zaliczenie z oceną

2. WYMAGANIA WSTĘPNE

Znajomość podstawowych pojęć i problemów z zakresu podstaw zarządzania, teorii przedsiębiorstwa, ekonomii i organizacji przedsiębiorstwa.

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE

3.1. Cele przedmiotu

C1	Poznanie specyfiki procesu analizy strategicznej jako etapu planowania strategicznego
C2	Umiejętność wykorzystania metod analizy przedsiębiorstwa i otoczenia do oceny strategicznej przedsiębiorstwa

3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu Student:	Odniesienie do efektów kierunkowych
EK_01	Rozumie podstawowe zagadnienia związane z analizą strategiczną	K_Wo4, K_Wo7,
EK_02	Potrafi identyfikować metody wykorzystywane w analizie	K_Wo4, K_Wo7,

	strategicznej	
EK_03	Pozyskuje dane i posługuje się metodami analizy strategicznej przy projektowaniu strategii dla przedsiębiorstwa.	K_Uo5,
EK_04	Docenia znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych dotyczących przeprowadzania analizy strategicznej w przedsiębiorstwie	K_Ko2

3.3. Treści programowe

A. Problematyka wykładu

Analiza strategiczna jako etap planowania strategicznego. Rola i miejsce analizy strategicznej w zarządzaniu organizacją.
Wprowadzenie do analizy strategicznej (obszary strategiczne przedsiębiorstw; definicja i pojęcia, etapy procesu zarządzania strategicznego)
Analiza przedsiębiorstwa – ocena, znaczenie dla analizy strategicznej
Analiza otoczenia przedsiębiorstwa- klasyfikacja otoczenia, znaczenie
Czynniki kształtujące makrootoczenie – ekonomiczne, prawne, społeczne, demograficzne, kulturowe, techniczne, regionalne-charakterystyka, przykłady
Czynniki i podmioty kształtujące mikrootoczenie – charakterystyka, przykłady
Metody analizy przedsiębiorstwa i otoczenia - ich klasyfikacja

B. Problematyka laboratoriów

Analiza pięciu sił konkurencyjnych wg Portera jako narzędzie określania przyszłych warunków działania przedsiębiorstwa (analiza <i>case study</i>)
Analiza portfolio (macierz BCG; macierz General Electric) (analiza <i>case study</i>)
Analiza SWOT/TOWS jako narzędzie analizy otoczenia organizacji i jej wnętrza oraz budowy opcji strategicznych podmiotu (analiza <i>case study</i>)
Wyznaczanie pozycji rynkowej przedsiębiorstwa z wykorzystaniem analizy SPACE (obszary analityczne przedsiębiorstwa, dobór kryteriów do analizy, interpretacja wyników – charakterystyka sytuacji strategicznych przedsiębiorstw)
Charakterystyka strategii rozwoju I. Ansoffa (budowa macierzy, charakterystyka strategii, ograniczenia w stosowaniu strategii, typy zmian strategii w macierzy)
Charakterystyka strategii wg określonych kryteriów (strategie ogólne; strategii konkurencji; strategii funkcjonalne; warunki i środki do realizacji strategii)

3.4. Metody dydaktyczne

Wykład: wykład z prezentacją multimedialną.

Laboratorium: w realizacji zajęć podstawą będzie wykonywanie przykładów opartych na case study.

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć)	Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw, lab)
EK_01	kolokwium	w, lab
EK_02	kolokwium	w, lab
EK_03	kolokwium	w, lab
EK_04	obserwacja w trakcie zajęć	lab

4.2. Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest osiągnięcie wszystkich zakładanych efektów uczenia się. <u>Wykład:</u> obecność na zajęciach, wynik zaliczenia pisemnego <u>Laboratorium:</u> obecność na zajęciach, aktywność, wynik zaliczenia pisemnego Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest pozytywny wynik zaliczenia pisemnego obejmującego treści
--

wykładów i laboratorium. Uzyskane punkty odpowiadają skali: do 50% - ocena 2.0; od 51% do 69% - ocena 3.0; od 70% do 79% - ocena 3.5; od 80% do 87% - ocena 4.0; od 88% do 94% - ocena 4.5; od 95% do 100% - ocena 5.0.

5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny z harmonogramu studiów	30
Inne z udziałem nauczyciela akademickiego (udział w konsultacjach, egzaminie)	3
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.)	17
SUMA GODZIN	50
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	2

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

wymiar godzinowy	----
zasady i formy odbywania praktyk	----

7. LITERATURA

Literatura podstawowa:

- [1] Gierszewska G. Romanowska M. (2017). Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa.
- [2] Pieloch-Babiarz, Sajnóg A. (2016). Podstawy analizy fundamentalnej; podejście strategiczne, wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- [3] Gajdzik B., JamaB. (2010). Analiza strategiczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice

Literatura uzupełniająca:

- [1] Penc-Pietrzak I. (2003). Analiza startegiczna w zarządzaniu firmą: koncepcja i stosowanie, wyd. C.H. Beck, Warszawa
- [2] Pierścionek Z. (2011). Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie , PWN, Warszawa

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej