

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Strategie konkurencji, PG_00136656						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2023 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2024/2025		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów		
Forma studiów	niestacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS			4.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydział Zarządzania -> Katedra Marketingu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Wioleta Dryl				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	8.0	8.0	0.0	0.0	0.0	16
	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	16		0.0		0.0	16
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przekazanie studentom podstawowej wiedzy dotyczącej istoty pojęcia konkurencji oraz procesu formułowania strategii konkurencji. Celem przedmiotu jest także zapoznanie studentów z metodami analizy warunków działania przedsiębiorstwa na rynku umożliwiającymi sformułowanie najbardziej trafnej strategii konkurencji firmy.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZL3_U07] Potrafi wyszukiwać niezbędne informacje w procesie podejmowania racjonalnych decyzji o charakterze operacyjnym i strategicznym w przedsiębiorstwach.	Student potrafi wyszukiwać i analizować niezbędne informacje, wspierające proces podejmowania racjonalnych decyzji strategicznych i operacyjnych w przedsiębiorstwach, w szczególności w kontekście formułowania i wdrażania strategii konkurencji.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[ZARZL3_U08] W sposób poprawny posługuje się terminologią z dziedziny nauk społecznych, a zwłaszcza z dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakości, jasno i komunikatywnie wyraża swój punkt widzenia.	Student poprawnie posługuje się terminologią z zakresu nauk o zarządzaniu, w szczególności z obszaru strategii konkurencji, oraz jasno i komunikatywnie wyraża swój punkt widzenia w odniesieniu do analizy i formułowania strategii konkurencyjnych.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[ZARZL3_W04] Ma zaawansowaną wiedzę na temat otoczenia przedsiębiorstwa, jego czynników i zachodzących w tym obszarze zmian, a także na temat relacji, znaczenia i wpływu otoczenia i interesariuszy na funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Zna zaawansowane metody diagnozowania makro- i mikrootoczenia.	Student posiada zaawansowaną wiedzę na temat otoczenia konkurencyjnego przedsiębiorstwa, jego kluczowych czynników oraz zmian zachodzących w tym obszarze, zna zaawansowane metody diagnozowania makro- i mikrootoczenia, które wspierają proces formułowania i wdrażania strategii konkurencyjnych.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[ZARZL3_W03] Ma zaawansowaną wiedzę o formach organizacyjno-prawnych tworzenia i funkcjonowania przedsiębiorstw i rozwoju różnych form indywidualnej przedsiębiorczości w Polsce, zna i rozumie pojęcia prawne, zasady, normy i przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych.	Student zna i rozumie pojęcia prawne, zasady, normy i przepisy prawa mające wpływ na formułowanie i realizację strategii konkurencyjnych w podmiotach gospodarczych.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[ZARZL3_K03] Ma świadomość konieczności identyfikowania ważnych problemów w tym gospodarczych i społecznych oraz planowania sposobów ich rozwiązania.	Student ma świadomość konieczności identyfikowania kluczowych problemów związanych z konkurencyjnością przedsiębiorstw na rynku, w tym wyzwań gospodarczych i społecznych, oraz potrafi planować odpowiednie strategie konkurencyjne mające na celu ich rozwiązanie.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[ZARZL3_K02] Ma świadomość konieczności uzupełniania i poszerzania zdobytej wiedzy i umiejętności, stara się interdyscyplinarnie łączyć wiedzę z różnych dziedzin oraz dyscyplin nauki.	Student ma świadomość konieczności uzupełniania i poszerzania zdobytej wiedzy z zakresu strategii konkurencji, potrafi interdyscyplinarnie łączyć wiedzę z różnych dziedzin, takich jak zarządzanie, ekonomia, prawo i socjologia, w celu skutecznego formułowania i wdrażania strategii konkurencyjnych.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
Treści przedmiotu	<p>A. Problematyka wykładu</p> <ol style="list-style-type: none"> Istota pojęcia strategii konkurencji Definicje pojęcia i rodzaje konkurencji, istota konkurencyjności, podstawowe determinanty konkurencyjności firmy Otoczenie przedsiębiorstwa i jego rola w kreowaniu przewagi konkurencyjnej firmy Elementy otoczenia rynkowego przedsiębiorstwa, podstawowe rodzaje analiz otoczenia przedsiębiorstwa, analiza otoczenia konkurencyjnego Analiza strukturalna sektora Analiza pięciu sił M. Portera. Wyznaczniki natężenia konkurencji w sektorze. Pojęcie grup strategicznych. Identyfikowanie i analiza konkurentów Strategie konkurencji Pojęcie i źródła przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Pojęcie strategii konkurencji, proces wyboru i formułowania strategii konkurencji, rodzaje strategii konkurencji <p>B. Problematyka ćwiczeń</p> <ol style="list-style-type: none"> Analiza otoczenia przedsiębiorstwa, na przykładzie konkretnej organizacji Analiza pięciu sił Portera na podstawie wybranego przedsiębiorstwa Tworzenie map grup strategicznych Strategie konkurencji z punktu widzenia pozycji firmy na rynku, (lider, pretendent, naśladowca, zajmujący nisze rynkowe). 		
Wymagania wstępne i dodatkowe	znajomość podstawowych pojęć z zakresu marketingu i zarządzania marketingowego		

Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Test zaliczeniowy	60.0%	50.0%
	przygotowanie i prezentacja zadań realizowanych w czasie ćwiczeń	60.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. M. Porter, Strategia konkurencji. MT Biznes, 2010. 2. . Z. Pierscionek: Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstw. PWN W-wa 2003 3. G. Gierszewska, M. Romanowska, Analiza strategiczna przedsiębiorstwa. PWE 2003.	
	Uzupełniająca lista lektur	A. Noga, Teoria konkurencji. Ekonomiczna teoria wszystkiego, Poltext, Warszawa, 2023	
	Adresy eZasobów	Podstawowe https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1073295 - STRATEGIA HYBRYDOWA – W POSZUKIWANIU PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ PRZEDSIĘBIORSTWA Uzupełniające Adresy na platformie eNauczanie:	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	1. Wskaż elementy otoczenia dalszego i bliższego wybranej firmy 2. Wskaż przykłady realizacji strategii konkurencji Portera wśród współczesnych firm 3. Oceń siłę przetargową nabywców wybranego przedsiębiorstwa		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.