



Beyond Consulting 
partnerstwo w projektach specjalnych

Tomasz Domański

STRATEGICZNE ZARZĄDZANIE FIRMĄ

wykłady i ćwiczenia

przedmiot
akademicki

Zarządzanie strategiczne to sztuka analitycznego myślenia oraz podejmowania decyzji biznesowych ukierunkowanych na optymalne wykorzystanie zasobów firmy dla osiągnięcia rynkowego sukcesu oraz budowania jej trwałej konkurencyjnej przewagi. To sztuka, której opanowanie może mieć duże znaczenie w okresie załamania koniunktury i konieczności radykalnego ograniczenia kosztów prowadzonej działalności.

Przedmiot akademicki „Strategiczne zarządzanie firmą” dostarcza studentowi wartościową, metodyczną wiedzę oraz zestaw użytecznych narzędzi z zakresu strategicznego zarządzania firmą. Oferuje starannie przygotowane materiały dydaktyczne oraz interesujące zajęcia warsztatowe, pozwalające na zrozumienie istoty strategicznego myślenia oraz praktyczne opanowanie fundamentalnych umiejętności menedżerskich, niezbędnych do kierowania nowoczesną firmą.

Część wykładowa może być prowadzona w języku polskim lub angielskim. Część ilustracyjna do wykładów prezentowana jest w postaci slajdów przygotowanych w języku polskim i angielskim. Dwujęzyczna prezentacja materiałów ilustracyjnych ma na celu dostarczenie uczestnikom dodatkowej wartości, polegającej na porównaniu terminologii polskiej z odpowiednią – typową dla współczesnego nowoczesnego biznesu – terminologią angielską.

www.tomaszdomanski.eu

Spis treści

CELE I STRUKTURA PRZEDMIOTU	4
PROGRAM PRZEDMIOTU.....	4
CZĘŚĆ WYKŁADOWA.....	4
1. <i>Wprowadzenie do zarządzania strategicznego</i>	4
2. <i>Strategie działania firmy</i>	4
3. <i>Analizy i planowanie strategiczne</i>	4
4. <i>Wdrażanie i monitorowanie strategii firmy</i>	5
CZĘŚĆ WARSZTATOWA.....	5
1. <i>Analizy strategiczne</i>	5
2. <i>Planowanie strategiczne</i>	5
3. <i>Wdrażanie strategii rozwoju</i>	5

Cele i struktura przedmiotu

Wprowadzenie studentów w dziedzinę zarządzania strategicznego, właściwą dla najwyższego poziomu zarządzania przedsiębiorstwem. Przedmiot koncentruje się na przedstawieniu teoretycznego wykładu oraz angażowaniu w praktyczne ćwiczenia, mające na celu dostarczenie umiejętności menedżerskich, potrzebnych do sprawnego prowadzenia nowoczesnej firmy w wymagającym środowisku rynkowym i biznesowym. Uzyskana wiedza pozwoli studentom zrozumieć mechanizmy oddziaływania sił otoczenia makroekonomicznego i konkurencyjnego, a także czynników związanych z lokalizacją firmy. Wyposaży ponadto w profesjonalne narzędzia analityczne i zarządcze, umożliwiające formułowanie strategii korporacyjnych i biznesowych oraz skuteczne wprowadzanie ich w życie. Nadrzędnym celem jest przygotowanie studenta do kompetentnego wykonywania zadań operacyjnych i menedżerskich w nowoczesnej firmie.

Czas realizacji	Ocena	Język wykładowy
30 godzin lekcyjnych 65% – wykłady (9 sesji) 23% – praca grupowa (3 sesje) 12% – prezentacje studentów (2 sesje)	projekty grupowe 60% – zaliczenie egzamin końcowy 40% – 1,5 godziny	polski lub angielski

Program przedmiotu

Część wykładowa

1. Wprowadzenie do zarządzania strategicznego

- Zagadnienia podstawowe:
 - firma i jej interesariusze
 - rynek i segmentacja rynku
 - sektor i branża
 - model biznesowy
 - łańcuch wartości
- Potrzeby klientów i ich zaspokajanie
- Zarządzanie strategiczne w praktyce funkcjonowania firmy
- Wizja rozwoju i misja firmy
- Cele strategiczne, taktyczne i operacyjne

2. Strategie działania firmy

- Strategie na poziomie korporacji:
 - integracja pionowa,
 - dywersyfikacja
 - alianse strategiczne
- Budowanie przewagi konkurencyjnej na poziomie jednostek gospodarczych
- Budowanie przewagi konkurencyjnej firmy na poziomie funkcjonalnym
- Total Quality Management – koncepcja i techniki
- Organizowanie i restrukturyzowanie firmy

3. Analizy i planowanie strategiczne

- Źródła konkurencyjnej przewagi firmy
- Analizy makro-otoczenia firmy

- Analizy konkurencyjnego otoczenia firmy
- Analizy wewnętrznych uwarunkowań rozwoju firmy
- Analiza SWOT i analiza przyczynowo-skutkowa
- Formułowanie strategicznych celów
- Formułowanie strategicznych planów działania

4. Wdrażanie i monitorowanie strategii firmy

- Metodyka planowania strategicznego i treść strategii firmy
- Mierniki operacyjne, strategiczne cele i plany działania
- Mapowanie i budżetowanie strategii
- Projekt w systemie zarządzania strategicznego
- Restrukturyzacja i zarządzanie zmianą organizacyjną
- Monitorowanie i aktualizowanie strategii firmy

Część warsztatowa

1. Analizy strategiczne

- Analizy makro-otoczenia firmy
- Analizy konkurencyjnego otoczenia firmy
- Analiza kluczowych czynników sukcesu
- Identyfikowanie łańcucha wartości firmy
- Identyfikowanie procesów biznesowych
- Modelowanie procesów i procedur operacyjnych
- Analiza SWOT
- Analiza przyczynowo-skutkowa

2. Planowanie strategiczne

- Formułowanie strategicznych celów i strategii działania
- Mapowanie strategii
- Konstruowanie zrównoważonych kart wyników
- Techniki pracy grupowej

3. Wdrażanie strategii rozwoju

- Zarządzanie przez cele
- Mierzenie jakości działalności operacyjnej firmy
- Techniki planowania i zarządzanie projektem
- Planowanie strategiczne na przykładzie biznes-planu nowej firmy



www.tomaszdomanski.eu