

КАРТА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Приложение № 1 к Регламенту № 3/07/2020 13 июля 2020
года относительно образца *Карты учебного предмета* в
Академии Менеджмента и Прикладных Наук в Варшаве

I. ОБЩИЕ ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ О ПРЕДМЕТЕ (МОДУЛЕ)										
НАИМЕНОВАНИЕ ПРЕДМЕТА: Стратегический менеджмент										
Название организационной единицы, проводящей курс:			Факультет управления и технических наук							
Наименование направления обучения, степень образования:			Управление, магистратура							
Профиль обучения:			Общеакадемический							
Наименование специальности:			-							
Тип учебного модуля:			Специализированный							
Год/семестр:			Год 1, 2 семестр							
Преподаватель, координирующий предмет:			Станислав Марциняк							
Предварительные требования (вытекающие из предшествующих предметов):			Студент владеет набором основных сведений о фактах, принципах, теориях и практиках в области основ менеджмента							
II. ФОРМЫ ЗАНЯТИЙ И КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ										
	Лекция	Практические занятия	Конверсаторий	Лабораторная работа	Курсы	Проект	Семинар	Консультации	Экзамен / Зачет	Общее количество часов
Очная форма обучения	30									30
Заочная форма обучения	30									30
III. МЕТОДИКА ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ										
Формы занятий			Дидактические методы							
Лекция			Мультимедийные презентации, дискуссии, описание компаний и их стратегий – кейсы							
Практиковал										
IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ОТНОШЕНИЮ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ НАПРАВЛЕНИЙ И ОБЛАСТЕЙ										
№	Описание результатов обучения данного предмета								Ссылка на направленный эффект	
Знание:										
1	Студент знает и понимает важнейшие теоретические модели, описывающие стратегии развития предприятия и их применение в стратегическом менеджменте и важнейшие теоретические модели конкурентной стратегии, сущность конкурентных преимуществ и их источники								ZO2_W07 P7S_UW	
2	Студент знает и понимает методы реализации стратегии и управления процессами на каждом этапе разработки и реализации стратегии								ZO2_W10 P7S_UW	
Способности:										
1.	Студент способен проводить профессиональный стратегический анализ								ZO2_U02 P7S_UW	
2.	Студент способен построить наиболее вероятный сценарий и указать ключевые будущие возможности и угрозы для компании в конкурентных условиях								ZO2_U07 P7S_UW	

КАРТА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Приложение № 1 к Регламенту № 3/07/2020 13 июля 2020
года относительно образца *Карты учебного предмета* в
Академии Менеджмента и Прикладных Наук в Варшаве

		P7S_UK
Социальные компетенции:		
1	Студент готов взять на себя ответственность за формулирование и реализацию стратегии компании	ZO2_K08 P7S_KO
V. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ (ОБУЧЕНИЕ)		
№	Лекция:	Ссылка на рассматриваемые результаты обучения
1.	Определение и значение стратегического менеджмента. Различные подходы и школы стратегического менеджмента	ZO2_W07 ZO2_W10 ZO2_U02 ZO2_U07 ZO2_K08
2.	Методология стратегического управления, этапы, уровни и принципы	
3.	Стратегия развития, миссия и видение компании. Цели стратегии.	
4.	Модели стратегического управления	
5.	Этапы и методы стратегического анализа. Анализ макросреды, анализ привлекательности сектора, анализ стратегического потенциала компании. Сценарные методы.	
6.	Стратегия развития предприятия. Модель Ансоффа. Стратегия диверсификации отрасли. Способы измерения степени и характера диверсификации. Обоснование и угрозы диверсификации.	
7.	Стратегия интернационализации. Модели интернационализации и ее измерение. Предпосылки и угрозы стратегии интернационализации.	
8.	Стратегия вертикальной интеграции. Концепция миграции ценностей, выгод и рисков, связанных с интеграцией. Аутсорсинг и офшоринг – подводные камни виртуализации производственно-сбытовых цепочек.	
9.	Модели конкурентных стратегий. Процесс создания устойчивого конкурентного преимущества. Роль ресурсов в создании конкурентных преимуществ.	
10.	Пути развития – внутреннее и внешнее развитие. Стратегический альянс и кооперация предприятий в сети.	
11.	Последовательность стратегии. Процесс реализации стратегии. Инструменты, поддерживающие реализацию стратегии, и роль стратегического контроля. Стратегический аудит компании.	
№	Практические занятия/мастер-классы:	Ссылка на рассматриваемые результаты обучения
VI. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ		
Результаты обучения	Метод оценивания	Форма занятий, в которых проверяется EUS (Результат обучения)
Знание:		
ZO2_W07 ZO2_W10	Письменный тест с одним вариантом ответов	Лекция
Способности:		
ZO2_U02 ZO2_U07	Оценка способности применять знания для решения задач	Лекция
Социальные компетенции:		
ZO2_K08	Возможность вести дискуссии в чате и организовывать командную работу между лекциями	Лекция

КАРТА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Приложение № 1 к Регламенту № 3/07/2020 13 июля 2020
года относительно образца *Карты учебного предмета в
Академии Менеджмента и Прикладных Наук в Варшаве*

VII. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ДОСТИГНУТЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ				
Результаты обучения	Неудовлетворительная оценка Студент не знает и не понимает/не может/не готов:	Диапазон оценок 3,0-3,5 Студент знает и понимает /может/готов:	Диапазон оценок 4,0-4,5 Студент знает и понимает /может/готов:	Очень хорошая оценка Студент знает и понимает /может/готов:
Для каждого из результатов обучения, определенных для модуля «Знания, навыки и компетенции»	Студент получает менее 50% максимального количества баллов за заданный результат обучения	Студент получает от 50 до 59% максимального количества баллов за заданный результат обучения на оценку 3, а также Студент получает от 60 до 69% максимального количества баллов за заданный результат обучения на оценку 3,5	Студент получает от 70 до 79% максимального количества баллов за заданный результат обучения на оценку 4, а также Студент получает от 80 до 89% максимального количества баллов за заданный результат обучения на оценку 4.5	Студент получает более 89% максимального количества баллов за заданный результат обучения
VIII. НАГРУЗКА СТУДЕНТА – КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ И БАЛАНС КРЕДИТОВ ECTS				
Вид деятельности ECTS	Студенческая нагрузка			
	Очная форма обучения	Заочная форма обучения		
Участие в дидактических занятиях (лекции, практические занятия, конвексатории, проект, лабораторные работы, мастер-классы, семинары) – СУММА часов – с пункта II	30	30		
Экзамен / Зачет	1	1		
Участие в консультациях	1	1		
Проект / Эссе				
Самостоятельная подготовка к дидактическим занятиям	8	8		
Подготовка к зачету	10	10		
Общая нагрузка студентов (25 часов = 1 ECTS) ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО часов/ECTS	2ECTS/ 50ч	2ECTS/50 ч		
Нагрузка ученика на занятиях в непосредственном контакте с преподавателем	30	30		
Нагрузка студентов на практических занятиях				
Нагрузка студентов на занятиях практической профессиональной подготовки				
Студенческая нагрузка на занятиях по подготовке к исследованиям	20	20		
IX. ЛИТЕРАТУРА И ДРУГИЕ ДИДАКТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ				
Основная литература:				
<ol style="list-style-type: none"> 1. М. Романовска, <i>Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie [Стратегическое планирование на предприятии]</i>, Издательство: PWE, Варшава 2018 2. Г. Гершевска, М. Романовска, <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa [Стратегический анализ компании]</i>, Издательство: PWE, Варшава 2017. 				
Дополнительная литература:				
<ol style="list-style-type: none"> 1. К. Облой, <i>Strategia organizacji. W poszukiwaniu trwałej przewagi konkurencyjnej [Организационная стратегия. В поисках устойчивого конкурентного преимущества]</i>, Издательство: PWE, Варшава, 2007 г., 2. J. Trout, <i>Trout o strategii [Trout on strategy]</i>, Издательство: PWE, Варшава 2005. 				

КАРТА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Приложение № 1 к Регламенту № 3/07/2020 13 июля 2020
года относительно образца *Карты учебного предмета* в
Академии Менеджмента и Прикладных Наук в Варшаве

3. *P. Румельт, Dobra strategia, zła strategia. Czym się różnią i jakie to ma znaczenie [Хорошая стратегия, плохая стратегия. В чем отличия и какое это имеет значение],* Издательство: MT Biznes, Варшава 2013.
4. *Дж.Р.Уэллс, Inteligencja strategiczna. Jak stworzyć mądrą firmę [Стратегическая разведка. Как создать мудрую компанию],* Издательский дом Rebis, Познань 2014.

Другие учебные материалы:

1. Кейсы, разработанные лектором
2. Собственные аналитические инструменты в области стратегического анализа и стратегической диагностики
3. Разработайте инструкции по тематическому исследованию
4. Мультимедийные презентации
5. Примеры из практики