

Opis przedmiotu

Kod przedmiotu	ZGP 38.1/2	
Nazwa przedmiotu	Strategie konkurencji MSP	
Wersja przedmiotu	1	
A. Usytuowanie przedmiotu w systemie studiów		
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	
Forma i tryb prowadzenia studiów	Niestacjonarne	
Kierunek studiów	Ekonomia	
Profil studiów	Profil ogólnoakademicki	
Specjalność	-	
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych w Płocku	
Jednostka realizująca	KNEiS, Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych	
Koordinator przedmiotu	dr hab. inż. Renata Walczak	
B. Ogólna charakterystyka przedmiotu		
Blok przedmiotów	Specjalnościowe Gospodarka przemysłowa	
Grupa przedmiotów	Obieralne	
Status przedmiotu	Fakultatywny ograniczonego wyboru	
Język prowadzenia zajęć	polski	
Semestr nominalny	4 (r.a. 2016/2017)	
Usytuowanie realizacji w roku akademickim	semestr letni	
Wymagania wstępne	Podstawy zarządzania; zarządzanie przedsiębiorstwem i polityka ekonomiczna.	
Limit liczby studentów	min. 15	
C. Efekty kształcenia i sposób prowadzenia zajęć		
Cel przedmiotu	Celem nauczania przedmiotu jest zapoznanie studentów z procesami i czynnikami kształtującymi konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw oraz pokazanie wpływu globalizacji i internacjonalizacji na funkcjonowanie przedsiębiorstw z sektora MŚP.	
Efekty kształcenia	Patrz tabela 1.	
Formy zajęć i ich wymiar	Wykład	16
	Ćwiczenia	0
	Laboratorium	0
	Projekt	0
	Lekcje komputerowe	0
Treści kształcenia	1. Istota i znaczenie małych i średnich firm w systemie polskiej gospodarki. Podstawowe determinanty rozwoju i cechy sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Dynamika rozwoju i struktura przedsiębiorstw sektora MŚP 2. Konkurencyjność i strategie konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw. Pojęcie konkurencyjności i przewagi konkurencyjnej. Źródła przewagi konkurencyjnej i jej instrumenty 3. Rodzaje strategii konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw: a) Strategie ze względu na typ przewagi konkurencyjnej b) Strategie ze względu na pozycję zajmowaną na rynku c) Strategie z punktu widzenia zachowań konkurujących przedsiębiorstw 4. Proces kształtowania strategii	

Opis przedmiotu

	konkurencji 5. Wybrane typy strategii MŚP: a) Ofensywne strategie przedsiębiorstw b) Marketingowe strategie konkurencji MŚP i podstawowe jej elementy [rynek docelowy, produkt, cena, promocja, logistyka dystrybucji] 6. Determinanty wzrostu konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw. Potencjał MŚP – zasoby jako podstawa potencjału konkurencyjności przedsiębiorstw MŚP: a) Kapitał intelektualny [wiedza], Kapitał ludzki MŚP i jego wykorzystanie b) Innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw c) Przewaga czasowa i elastyczność MŚP 7. Warunki efektywnego działania MŚP: a) warunki organizacyjne, integracja przedsiębiorstw MŚP b) warunki techniczne wzrostu konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw [technika, technologia i innowacyjność] c) warunki ekonomiczne konkurencyjności MŚP [zasoby własne, fundusze unijne, anioły biznesu itd.] d) warunki społeczne i ekologiczne w zarządzaniu małymi i średnimi przedsiębiorstwami e) system informacji i promocji MŚP 8. Proces globalizacji gospodarki a konkurencyjność MŚP. Strategie internacjonalizacji małych i średnich firm. Skutki integracji europejskiej dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw.
Metody oceny	Warunkami zaliczenia przedmiotu są: 1. Testy opanowania materiału. 2. Testy będą uznawane za zaliczone pod warunkiem uzyskania, co najmniej 60% z możliwych do zdobycia punktów. Inne: OCENA % 3,0 60 3,5 70 4,0 80 4,5 90 5,0 95 3. Projekty indywidualne.
Metody sprawdzania efektów kształcenia	Patrz tabela 1.
Egzamin	tak
Literatura	Literatura podstawowa: 1. Determinanty rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw, pod red. M. Strużyckiego, PWE, Warszawa, 2004 2. Sobczyk G., Strategie konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw, UMCS, 2006 3. Stankiewicz M.J., Konkurencyjność przedsiębiorstwa, TNOiK, Toruń, 2005 Literatura uzupełniająca: 1. Janiuk I., Strategiczne dostosowanie małych i średnich przedsiębiorstw do konkurencji europejskiej, Difin, Warszawa, 2004 2. MSP, DIFIN, Warszawa- Łódź, 2006 3. Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem, pod red. K. Safina, Wyd. Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław, 2008 4. Daszkiewicz N., Internacjonalizacja małych i średnich przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce, SPG, Gdańsk, 2004 5. Dominiak P., Sektor MSP we współczesnej gospodarce, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa,

Opis przedmiotu

	2005
Witryna www przedmiotu	www.knes.pw.plock.pl
D. Nakład pracy studenta	
Liczba punktów ECTS	2
Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów kształcenia	50 h w tym: 16 h - wykłady, 9 h - przygotowanie do zajęć, 16 h - przygotowanie do kolokwium, 5 h - przygotowanie pracy, 2 h - zaliczenia poprawkowe, 2 h - konsultacje.
Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:	I. 0,64 ECTS - wykłady II. 0,16 ECTS - konsultacje, zaliczenia poprawkowe
Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym	0
E. Informacje dodatkowe	
Uwagi	brak
Data ostatniej aktualizacji	2017-04-18 10:53:47

Tabela 1. Efekty przedmiotowe

Profil ogólnoakademicki - wiedza

Efekt:	Ma wiedzę w zakresie procesów i czynników wpływających na konkurencyjność sektora MSP.
Kod:	W14
Weryfikacja:	Pisemne zaliczenie testowe
Powiązane efekty kierunkowe	K_W14
Powiązane efekty obszarowe	S1A_W11
Efekt:	Ma podstawową wiedzę na temat znaczenia współpracy z bankiem dla konkurencyjności przedsiębiorstwa
Kod:	W15
Weryfikacja:	Pisemne zaliczenie testowe
Powiązane efekty kierunkowe	K_W15
Powiązane efekty obszarowe	S1A_W06
Efekt:	Ma wiedzę z zakresu znaczenia kapitału ludzkiego w konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstwach
Kod:	W19
Weryfikacja:	Pisemne zaliczenie testowe
Powiązane efekty kierunkowe	K_W19
Powiązane efekty obszarowe	S1A_W08

Profil ogólnoakademicki - umiejętności

Efekt:	Potrafi wykorzystać wiedzę dotyczącą strategii konkurencji w rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw.
Kod:	U06
Weryfikacja:	Pisemne zaliczenie testowe
Powiązane efekty kierunkowe	K_U06
Powiązane efekty obszarowe	S1A_U02
Efekt:	Wykorzystując podstawową wiedzę na temat wpływu globalizacji i internacjonalizacji na funkcjonowanie sektora MSP, potrafi zastosować marketingowe strategie konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw
Kod:	U23

Tabela 1. Efekty przedmiotowe

Weryfikacja:	Pisemne zaliczenie testowe
Powiązane efekty kierunkowe	K_U23
Powiązane efekty obszarowe	S1A_U03
Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne	
Efekt:	Potrafi podjąć decyzję dotyczącą prowadzenia własnego biznesu w oparciu o swoje cechy, wiedzę i umiejętności.
Kod:	K10
Weryfikacja:	Pisemne zaliczenie testowe, analiza studium przypadku
Powiązane efekty kierunkowe	K_K10
Powiązane efekty obszarowe	S1A_K04