

Strategic Business Management Program | Program Strategicznego Zarządzania Biznesem

Sposób realizacji studiów: Hybrydowe
2 semestry Rekrutacja zakończona

Program studiów

Program studiów podyplomowych na kierunku Strategic Business Management Program.



Liczba miesięcy nauki: **10**



Liczba godzin: **188**



Liczba zjazdów: **13**



Liczba semestrów: **2**

ZAKRES I CEL TRANSFORMACJI. FORMUŁOWANIE KIERUNKÓW STRATEGICZNYCH FIRMY (32 godz.)

1. Planowanie strategiczne i znaczenia strategii w kontekście organizacji. (8 godzin)

- Fakty i mity dotyczące strategii.
- Trendy strategiczne na przykładzie strategii konkretnych firm i modele biznesowe (case study)

2. Kanwa strategii i formułowanie założeń strategicznych. (16 godzin)

- Strategia błękitnego oceanu jako punkt wyjścia oferty wartości.
- Formułowanie misji, wizji i wartości: Tworzenie klarownej misji i wizji firmy oraz definiowanie kluczowych wartości organizacyjnych.

3. Budowanie zespołu strategicznego i analiza struktury organizacyjnej. (8 godzin)

ANALIZA POZYCJI STRATEGICZNEJ ORGANIZACJI (48 godz.)

1. Strategiczna diagnoza organizacji z uwzględnieniem czynników wewnętrznych i rynkowych (16 godzin)

- Przeprowadzenie kompleksowej analizy otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego. Metodyka SWOT: Głęboka analiza mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń
- Zbadanie potencjału organizacji i jej przygotowania do transformacji, analiza barier wzrostu.

2. Zarządzanie zmianą/transformacją strategiczną (24 godziny)

- Model Kurta Lewina w praktyce.
- Strategie wprowadzania zmian organizacyjnych i zarządzanie oporem wobec zmian

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między a studentem zawierana jest w formie pisemnej.



- Mapowanie interesariuszy: Identyfikacja i analiza interesariuszy oraz ich wpływu na organizację. Psychologia komunikacji biznesowej.

3. Ocena pozycji strategicznej z analizą konkurencji (8 godzin)

- Wykorzystanie narzędzi analitycznych do oceny bieżącej sytuacji strategicznej firmy. Zrozumienie pozycji konkurencyjnej firmy na rynku.

NARZĘDZIA PLANOWANIA STRATEGII (40 godz.)

1. Balanced ScoreCard (Zrównoważona Karta Wyników) (8 godzin)

- Wprowadzenie do metodyki BSC (Roberta S. Kaplana i Davida P. Nortona) i jej zastosowanie w planowaniu strategicznym.

2. Mapa strategii i wizualna prezentacja założeń strategicznych (8 godzin)

- Tworzenie wizualnych mapy strategicznych wspierających komunikację i realizację strategii (Określenie „driverów” strategii oraz mierników jej realizacji).

3. Organization Design (16 godzin)

- Tworzenie struktury organizacyjnej firmy, która uprawdopodobnia realizację strategii.

4. Plan komunikacji oraz monitoring i kontrola (8 godzin)

- Ustalanie planu komunikacji strategii do wnętrza organizacji oraz systemów monitorowania postępów i efektywności wdrożonych strategii.

SKUTECZNE WDROŻENIE STRATEGII (40 godz.)

1. Definiowanie KPI (Key Performance Indicators) (16 godzin)

- Określanie kluczowych wskaźników efektywności związanych z realizacją strategii.

2. Organizowanie regularnych przeglądów strategii w celu jej dostosowania i optymalizacji. (narzędzia i najlepsze praktyki) (8 h)

3. Zarządzanie portfelem projektów (PMO) (16 godzin)

- Zarządzanie projektem. Zarządzanie portfelem projektów strategicznych. Komunikacja lidera. Zarządzanie niespodziankami. Utrwalanie zmiany.

PROJEKT (28 godz.)

- **Seminarium projektowe**
- **Indywidualne podejście – konsultacje strategii lub case biznesowego**

[Sprawdź szczegółowy program studiów](#)

<https://www.dsw.edu.pl/studia-i-szkolenia/studia-podyplomowe/kierunki/strategic-business-management-program-program-strategicznego-zarzadzania-biznesem>