

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: **Strategy Development in Practice with McKinsey Co. (CEMS) (236171-D)**

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: **Strategy Development in Practice with McKinsey Co. (CEMS)**

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Przedmiot dla jednostki: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Cykl dydaktyczny: Semestr letni 2024/25

Koordynator przedmiotu cyklu:

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Ocena

Język wykładowy:

angielski

Efekty uczenia się:

Wiedza:

1. getting to know the major theoretical concepts necessary for sectorial analysis;
2. Learning the wide range of analytical instruments for researching the multi-faceted state of a company in the New Economy;
3. Learning the elements of the process of strategy development.
4. Learning the influence of technology on business models' and strategies development

Umiejętności:

1. Expertise and skills for developing the full-fledge strategic analysis of a chosen market entry of a new competitive player.
2. Making detailed analysis of financial consequences of the strategy developed.
3. Skills for preparing and presenting a master set of major arguments supporting the chosen strategy to an executive body of the company.

Kompetencje społeczne:

1. building strong team-work abilities.
2. Developing the presentation, public speaking and argumentation skills of the students.
3. Developing and enhancing students' leadership abilities

Charakterystyka przedmiotu

Oddzielna rejestracja

Dane dotyczące przedmiotu cyklu:

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu cyklu:

Ocena

Skrócony opis:

Introduction to a chosen market in Poland. Value analysis of the chosen market. Strategic options evaluations. Market entry strategy presentation, including: market segmentation, competitive positioning, key selling points (market preposition) for potential customers. Presentation of detailed market entry strategy and its financial feasibility.

Opis:

Developing expertise and skills for developing the full-fledged strategic analysis of a chosen market entry of a new competitive player.

Literatura:

Literatura podstawowa:

Management Strategy: Achieving Sustained Competitive Advantage, 2016 by Alfred Marcus; International Management: Culture, Strategy, and Behavior, 2014 by Fred Luthans and Jonathan Doh

Literatura uzupełniająca:

In-class handouts by McKinsey

Uwagi:

Kryteria oceniania:
referaty/eseje: 60.00%
inne: 40.00%

Szczegóły zajęć i grup

Wykład (6 godzin)

Zakres tematów zajęć:

Elements of market analysis.

Analysing the market.
Analysis of the competitors.
Scenario development.
Entry Market strategy.
Evaluation of the strategy.

Dane grup zajęciowych

brak szczegółowych danych o grupach zajęciowych

Konwersatorium (24 godzin)

Zakres tematów zajęć:

Elements of market analysis.
Analysing the market.
Analysis of the competitors.
Scenario development.
Entry Market strategy.
Evaluation of the strategy.

Dane grup zajęciowych

brak szczegółowych danych o grupach zajęciowych

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Przedmioty na studiach magisterskich (SM)	2015	
Przedmioty stacjonarne na studiach magisterskich (SMMD)	2015	
Przedmioty wyłączone z preferencji SM (SGH-PRE-WYJ-SM)	20221	

Punkty przedmiotu w cyklach:

<bez przypisanego programu>

Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
Strategy Development in Practice with McKinsey Co. (CEMS) (23617)	1	20151	
Europejski System Transferu i Akumulacji Punktów (ECTS)	7	20171	20242