

SYLABUS

1. Przedmiot: NOWOCZESNE METODY ZARZĄDZANIA

2. Wymagania wstępne: zaliczone przedmioty – mikroekonomia, podstawy zarządzania, zarządzanie strategiczne

3. Typ studiów: Stacjonarne i niestacjonarne studia II stopnia

4. Forma:

Wykład i ćwiczenia

| Forma | Typ studiów | Rok studiów | Semestr | Liczba godzin | Punkty ECTS |
|-----------|----------------|-------------|---------|---------------|-------------|
| wykład | stacjonarne | I | 4 | 15 | 3 |
| ćwiczenia | stacjonarne | I | 4 | 15 | |
| wykład | niestacjonarne | I | 4 | 9 | 3 |
| ćwiczenia | niestacjonarne | I | 4 | 15 | |

5. Prowadzący:

Wykład: prof. zw. dr hab. inż. Barbara Olszewska: (barbara.olszewska@ue.wroc.pl) (Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem)

Ćwiczenia: mgr Krzysztof Raczkowski (Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem)

6. Cel dydaktyczny przedmiotu:

- Wiadomości:** zaznajomienie studentów z nowoczesnymi trendami w teorii i w praktyce zarządzania
- Umiejętności:** umiejętność doboru odpowiednich dla danego etapu rozwoju przedsiębiorstwa metod zarządzania

7. Zakres tematyczny przedmiotu:

Przedsiębiorstwo wirtualne; organizacja sieciowa; korporacje transnarodowe; zarządzanie przez partnerstwo; zarządzanie przez outsourcing; zarządzanie przez wartość; zarządzanie zmianą w przedsiębiorstwie, zarządzanie marką, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa; nowe paradygmaty zarządzania; Lear Management

8. Metody dydaktyczne:

Wykład – prezentacja w programie MS Office PowerPoint

Ćwiczenia – forma tradycyjna oraz studium przypadków

9. Słowa kluczowe:

Organizacja; uczenie się; sieć; zarządzanie; wartość; koncern; zmiana

10. Literatura podstawowa:

Red. B. Olszewska (red.) Wybrane metody zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2008

Olszewska B. (red.): Zarządzanie strategiczne na progu XXI, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2008

Olszewska B. (red.) Podstawy zarządzania przedsiębiorstwem na progu XXI wieku. Wyd. Akademii Ekonomicznej, Wrocław 2007, s.295- 318

Zelek A., Zarządzanie kryzysem, Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemysle „Orgmasz”, Warszawa 2003

11. Literatura uzupełniająca:

M. Nowakowski: Biznes międzynarodowy – obszary decyzji strategicznych; Wydawnictwo Key Test, Warszawa 2000

A. Rapaport: Wartość dla akcjonariuszy – poradnik menadżera i inwestora; Wydawnictwo WIG - Press, Warszawa 1999

Mac Millan, Ian C., Gunter McGrath R., Odkrywanie nowych szans na odróżnianie się od konkurencji, Harvard Business Review, 10/2005

Storbacka K., Sztuka budowania trwałych związków z klientami CRM, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2001

12. Sposób zaliczenia i wymagania egzaminacyjne:

Test sprawdzający nabytą wiedzę; uwzględnione zostanie także aktywność w trakcie ćwiczeń audytoryjnych;