



KONSPEKT przedmiotu

STRATEGIC FINANCE MANAGEMENT - Erasmus

- Semestr i rok akademicki** semestr zimowy 2019/2020
- Kierunek studiów** zarządzanie
- Prowadzący** konwersatorium: dr Jacek Stefański
- Rodzaj i system studiów**

Studia I stopnia	
Studia II stopnia	X
Studia podyplomowe	

5. Forma zajęć

Forma zajęć	
Wykład	
Ćwiczenia audytoryjne	
Laboratorium komputerowe	
Projekt	
Konwersatorium	16
Seminarium	

6. Zakres tematyczny zajęć

Lp.	Temat zajęć	Liczba godzin		
		W	K	C
1	Strategy of a firm. The role and framework of strategic analysis. Evolution of strategic management over time.		2	
2	The goal of building a strategy. Accounting Profit vs Economic Profit (EVA). Strategy as a way to maximize the value of a firm. Corporate strategy and business strategy. Example - preliminary discussion - the case of Apple Inc.		2	
3	Analysis of the company's environment: market and industry. Porter's framework and its extension (compliments). Segmentation. Key success factors. Example - continued discussion of the Apple case.		2	
4	Analysing resources and capabilities of a firm. Financial condition of a company. Interpreting financial ratios. Examples from various industries.		2	



5	Example – the company Next (based on Steve Job's presentation). Market and industry segmentation, finding key success factors.		2	
6	Competitive advantage, its nature and its sources. Types of an advantage. External and internal sources. Sustaining competitive advantage over time.		2	
7	Cost advantage. Differentiation advantage. Analysing differentiation – the demand side, and the supply side. Identifying differentiation opportunities. Examples (Inditex et al.).		2	
8	Finding competitive advantages in various contexts – discussion based on Warren Buffet'a. presentation. Companies: Wrigley, Disney, Eastman Kodak, Geico, Coca-Cola, and See's Candy.		2	

7. Formy sprawdzenia

Forma sprawdzenia	Liczba punktów w ramach punktacji przedmiotu
Egzamin	60
Kolokwia	
Sprawdziany	
Prace domowe	
Aktywność na zajęciach	40
Projekt	
Prezentacje	
Inne formy	
Razem punktów za składową przedmiotu	100

8. Literatura podstawowa:

1. Grant R.M.: *Contemporary Strategy Analysis*. 9th Edition, Wiley
2. Annual reports of discussed companies (Apple, Amazon, Inditex, etc).

9. Literatura uzupełniająca:

1. Kotler Ph., Keller K.L., Brady M., Goodman M., Hansen T.: *Marketing Management*. Pearson Education/ Prentice Hall
2. Damodaran, Aswath: *Applied Corporate Finance*. John Wiley & Sons

* - łączna liczba punktów za składową przedmiotu powinna być zgodna z liczbą punktów (udziałem procentowym składowej) podaną w sylabusie przedmiotu. Suma punktów za wszystkie składowe przedmiotu wynosi 100.