

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ	Universitatea „1 Decembrie 1918” Alba Iulia
1.2. Facultatea	de Științe Economice
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii	Marketing

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Management strategic		2.2. Cod disciplină	MK 316			
2.3. Titularul activității de curs	Mălina Cordoș						
2.4. Titularul activității de seminar	Mălina Cordoș						
2.5. Anul de studiu	III	2.6. Semestrul	I	2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	E	2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	Op

3. Timpul total estimat

3.1. Numar ore pe saptamana	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					27
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-

3.7 Total ore studiu individual	53
3.8 Total ore din planul de învățământ	56
3.9 Total ore pe semestru	125
3.10 Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- pentru susținerea cursului: slide-uri, materiale informative - pentru studenți: suport de curs în format editat - echipamente tehnice: laptop, videoproiector
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	- pentru susținerea seminarului: materiale informative

- echipamente tehnice: laptop, videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională</p> <p>C1.1. Descrierea paradigmelor, conceptelor și teoriilor economice privind influența mediului extern asupra întreprinderii/ organizației</p> <p>C2.1. Identificarea conceptelor și teoriilor economice asociate întreprinderii/ organizației</p> <p>C3.1. Identificarea implicațiilor economice asociate funcționării și administrării unei subdiviziuni a întreprinderii/ organizației</p> <p>C4.1. Identificarea și descrierea conceptelor de planificare, organizare, coordonare și control al activității resurselor umane</p> <p>C5.1. Descrierea conceptelor, teoriilor și metodologiilor de administrare a bazelor de date specifice administrării afacerilor</p> <p>C2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului</p> <p>C1.2. Explicarea și interpretarea relației de influență economică exercitată de mediul extern asupra întreprinderii/ organizației</p> <p>C2.2. Explicarea și interpretarea relațiilor dintre entitățile întreprinderii/ organizației</p> <p>C3.2. Explicarea și interpretarea implicațiilor economice și sociale asociate funcționării și administrării unei subdiviziuni a întreprinderii/ organizației</p> <p>C4.2. Explicarea și interpretarea conceptelor de planificare, organizare, coordonare și control al activității resurselor umane din domeniul administrării afacerilor</p> <p>C5.2. Explicarea și interpretarea cantitativă și calitativă a informațiilor extrase din baze de date</p> <p>C3. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată</p> <p>C1.3. Aplicarea instrumentarului adecvat pentru analiza relației de influență exercitată de mediul extern asupra întreprinderii/ organizației</p> <p>C2.3. Aplicarea instrumentarului adecvat pentru rezolvarea unei probleme vizând relațiile dintre subdiviziunile întreprinderii/ organizației</p> <p>C3.3. Aplicarea instrumentarului specific pentru analiza funcționării unei subdiviziuni a întreprinderii/ organizației</p> <p>C4.3. Rezolvarea de probleme/ situații specifice resurselor umane: recrutare, selecție, motivare, salarizare, orarul de muncă., formare.</p> <p>C5.3. Aplicarea instrumentarului adecvat de analiză a datelor specifice administrării afacerilor</p> <p>C4. Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii</p> <p>C1.4. Evaluarea critic-constructivă a explicării și/ sau rezolvării unei probleme vizând relația de influență economică exercitată de mediul extern asupra întreprinderii/ organizației</p> <p>C2.4. Evaluarea critic-constructivă a explicării și / sau rezolvării unei probleme vizând funcționarea întreprinderii/ organizației</p> <p>C3.4. Evaluarea critic-constructivă a explicării și / sau rezolvării unei probleme vizând funcționarea și administrarea unei subdiviziuni a întreprinderii/ organizației</p> <p>C4.4. Estimarea necesarului de resurse umane în raport cu cerințele de volum și de eficiență a activității întreprinderii/ organizației</p> <p>C5.4. Evaluarea critic-constructivă a instrumentarului de prelucrare și analiză a datelor</p> <p>C5. Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu</p> <p>C1.5. Elaborarea unui proiect de cercetare a relației de influență economică exercitată de mediul extern asupra întreprinderii/ organizației</p> <p>C2.5. Elaborarea unei analize privind relațiile cu implicații economice dintre subdiviziunile întreprinderii/ organizației</p> <p>C3.5. Elaborarea unui studiu privind funcționarea și administrarea unei subdiviziuni a întreprinderii/ organizației</p> <p>C4.5. Fundamentarea de proiecte de recrutare, selecție, motivare, salarizare a resursei umane din domeniul administrării afacerilor</p> <p>C5.5. Elaborarea unui proiect de cercetare asociat administrării afacerilor, utilizând baze de date specifice</p>
Competențe transversale	<p>CT1</p> <p>Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</p>

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>Dezvoltarea capacității studentului de a utiliza concetele specifice de management strategic în practica economică</i>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - asigurarea unui volum minim de cunoștințe studenților în domeniul managementului strategic - formarea gândirii economice manageriale prin prisma

managementului strategic
 însușirea sistemelor, metodelor și tehnicilor specifice
 managementului strategic

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Curs 1. 1.1. Definirea și conținutul managementului strategic.	Prelegere Conversație Exemplificări	
Curs 2. 2.1. Trăsăturile managementului strategic.	Prelegere Conversație Exemplificări	
Curs 3. 3.1. Managementul strategic și competitivitatea strategică. 3.2. Procesul managementului strategic. 3.3. Analiza intrărilor strategice	Prelegere Conversație Exemplificări	
Curs 4. 4.1. Intenția strategică și misiunea strategică 4.2. Deținătorii de interese ai unei organizații de afaceri. 4.3. Responsabilii cu strategia organizației (strategiștii). 4.4. Avantaje și limite ale managementului strategic.	Prelegere Conversație Exemplificări	
Curs 5. 5.1. Procesul de analiză a mediului intern. 5.2. Resursele firmei. 5.3. Capabilitățile firmei.	Prelegere Conversație Exemplificări	
Curs 6. 6.1. Analiza activităților creatoare de valoare pentru o firmă. 6.2. Competențele performante ale firmei. 6.3. Factorii de influență pentru obținerea de avantaje competitive	Prelegere Conversație Exemplificări	
Curs 7. Competențele performante ale firmei. Factorii de influență pentru obținerea de avantaje competitive 7.1. Analiza activităților creatoare de valoare pentru o firmă. 7.2. Procesul de globalizare 7.3. Procesul de analiză a mediului extern	Prelegere Conversație Exemplificări	
Curs 8. 8.1. Caracterul subiectiv al analizei mediului 8.2. Analiza mediului extern general	Prelegere Conversație Exemplificări	
Curs 9. 9.1. Analiza mediului industrial 9.2. Analiza competitorilor	Prelegere Conversație Exemplificări	
Curs 10. 10.1. Originea și evoluția conceptului de strategie 10.2. Componentele strategiei	Prelegere Conversație Exemplificări	
Curs 11. 11.1. Componentele strategiei	Prelegere Conversație Exemplificări	
Curs 12. Tipologia strategiilor 12.1. Tipologia strategiilor la nivel de firmă	Prelegere Conversație Exemplificări	
Curs 13. 13.1. Strategii de afaceri <ul style="list-style-type: none"> - Abordarea lui Igor Ansoff - Abordarea lui Michael Porter - Abordarea lui Henry Mintzberg 	Prelegere Conversație Exemplificări	
Curs 14. 14.1. Strategii funcționale	Prelegere Conversație Exemplificări	

8.2 Bibliografie

B.Băcanu, *Management strategic*, editura Teora, București, 2001;
 Ghe. Căprărescu, *Managementul strategic al firmei de comerț și turism*,
 Amedeo Istocescu, *Strategia și magementul strategic al organizației*, Editura ASE, București, 2005
 Ph.Kotler, *Managementul marketingului*, Editura Teora, București, 2006
 H. Mintzberg, J. Lampel, J.B. Quinn, S. Goshal, *The strategy process*, Fourth Edition, Pearson Education International, 2003

O. Nicolescu, *Strategii manageriale de firmă*, Editura Economică, București, 1998
 Ion Popa, *Management strategic*, Editura Economică, București, 2004
 T.L.Wheelen, J.D.Hunger, *Strategic Management and Bussiness Policy. Concepts and Cases*, Tenth Edition, Pearson Education, Prentice Hall, New Jersey, 2006
 E. Burduș ș.a., *Managementul schimbării organizaționale*, Editura Economică, București, 2003
 O. Nicolescu, I. Verboncu, *Managementul organizației*, Editura Economică, București, 2007

Seminar-laborator		
S1. Fundamentarea strategiei generale a unei firme. Aplicație: 1.1. Premisele strategiei 1.2. Stabilirea fazei ciclului de viață al firmei 1.3. Folosirea metodei a.d.little în stabilirea premiselor strategiei 1.4. Alegerea modelului în funcție de situația firmei pe piață 1.5. Diferențierea modelului în funcție de natura și vîrsta industriei 1.6. Luarea în considerare a stakeholderilor	Conversație Exemplificări	
S2. 2.1. Stabilirea locului și rolului organizației în cadrul domeniului de activitate 2.3. Diagnosticul extern	Conversație Exemplificări	
S3. 3.1. Factorii economici 3.2. Factorii de management 3.3. Factorii tehnici și tehnologici 3.4. Factorii demografici 3.5. Factorii socio-culturali 3.6. Factorii politici 3.7. Factorii naturali/ ecologici 3.8. Factorii juridici	Conversație Exemplificări Test grilă	
S4. 1.1. Documentarea prealabilă culegerea și sistematizarea datelor 1.2. Domeniul financiar 1.3. Domeniul comercial 1.4. Domeniul producției 1.5. Domeniul resurselor umane 1.6. Domeniul cercetare-dezvoltare	Conversație Exemplificări	
S5. 5.1. Sistemul organizatoric Sistemul decizional 5.2. Sistemul metodologic 5.3. Sistemul informațional	Conversație Exemplificări	
S6. 6.1. Identificarea simptomelor semnificative 6.2. Analiza viabilității economice 6.3. Analiza viabilității manageriale 6.4. Puncte forte economice și manageriale 6.5. Formularea de recomandări strategico-tactice	Conversație Exemplificări	
S7. 7.1. Formularea misiunii firmei 7.2. Precizarea obiectivelor fundamentale 7.3. Stabilirea modalităților (opțiunilor) strategice 7.4. Dimensionarea resurselor necesare 7.5. Stabilirea termenelor	Conversație Exemplificări	
S8. 8.1.Strategia de Cercetare-Dezvoltare 8.2. Strategii funcționale de producție 8.3. Strategii funcționale financiar-contabile 8.4. Strategii de marketing 8.5. Strategii funcționale de personal	Conversație Exemplificări	
S9. Formularea politicilor globale și a politicilor parțiale ale firmei	Conversație Exemplificări	
S10. Implementarea strategiei	Conversație Exemplificări	
S11. 11.1. M O. Nicolescu	Conversație Exemplificări	
S12. 12.1. Modelul S. Oreal	Conversație Exemplificări	
S13. 13.1. Modelul A. Desremaux	Conversație Exemplificări	
S14. Particularități ale utilizării modelelor de management strategic în firmele românești	Conversație Exemplificări	

Bibliografie

B.Băcanu, *Management strategic*, editura Teora, București, 2001;
 Ghe. Căprărescu, *Managementul strategic al firmei de comerț și turism*,
 Amedeo Istocescu, *Strategia și managementul strategic al organizației*, Editura ASE, București, 2005
 Ph.Kotler, *Managementul marketingului*, Editura Teora, București, 2006
 H. Mintzberg, J. Lampel, J.B. Quinn, S. Goshal, *The strategy process*, Fourth Edition, Pearson Education International, 2003
 O. Nicolescu, *Strategii manageriale de firmă*, Editura Economică, București, 1998
 Ion Popa, *Management strategic*, Editura Economică, București, 2004
 T.L.Wheelen, J.D.Hunger, *Strategic Management and Bussiness Policy. Concepts and Cases*, Tenth Edition, Pearson Education, Prentice Hall, New Jersey, 2006
 E. Burduș ș.a., *Managementul schimbării organizaționale*, Editura Economică, București, 2003
 O. Nicolescu, I. Verboncu, *Managementul organizației*, Editura Economică, București, 2007

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Conținuturile disciplinei sunt adaptate la cadrul legislativ actual și poate contribui la formarea de specialiști în domeniul economic în general, aplicabil în managementul strategic al organizației în particular. Prin conținut, disciplina răspunde necesităților practice actuale ale angajatorilor.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Rezolvarea corectă și completă a cerințelor subiectelor de examen</i>	Proba scrisă în cadrul examenului.	60%
	-	-	-
10.5 Seminar/laborator	<i>- Corectitudinea și completitudinea întocmirii lucrărilor practice</i>	<i>Verificare pe parcurs</i>	40%
	<i>- Conținutul științific al referatelor</i>	<i>Efectuarea unor lucrări practice/Intocmire referate</i>	-
	<i>- Implicarea în abordarea tematicii seminariilor</i>		
10.6 Standard minim de performanță:			
Demonstrarea competențelor în: <i>Identificarea rolului și importanței practicării managementului strategic în organizații</i> <i>Definirea conceptelor specifice managementului strategic</i> <i>Utilizarea modelelor de management strategic</i> <i>Fundamentarea, elaborarea, implementarea și evaluarea srtegiei generale a unei firme</i>			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

3.10.2016

Lect.univ.dr Cordos Malina

Lect.univ.dr Cordos Malina

Data avizării în departament

Semnătura director de departament

3.10.2016

Conf.univ.dr Gavrilă Paven Ionela.