

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2023/2024
Anul de studiu III/ Semestrul I

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	de Științe Economice
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/calificarea*	Economia comerțului, turismului și serviciilor/ 242102 Specialist îmbunătățire procese, 242104 Responsabil proces, 242110 Specialist în planificarea, controlul și raportarea performanței economice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Management strategic			2.2. Cod disciplină	ECTS 315		
2.3. Titularul activității de curs	Lect.univ.dr. Dârja Mălina						
2.4. Titularul activității de seminar / laborator	Asist.univ.dr. Nichita Anca						
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)	O

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					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-

3.7 Total ore studiu individual	44
3.9 Total ore pe semestru	100
3.10 Numărul de credite**	4

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	C1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională C3. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată
Competențe transversale	-

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<i>Dezvoltarea capacității studentului de a utiliza conceptele 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. CAPITOLUL I. MANAGEMENTUL STRATEGIC. CONȚINUT, TRĂSĂTURI, IMPORTANȚĂ – 2 ore 1.1. Definirea și conținutul managementului strategic.	Prelegere Conversație	2 ore <i>Studenții pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
Curs 2. CAPITOLUL I. PROCESUL DE MANAGEMENT STRATEGIC – 2 ore 1.2. Trăsăturile managementului strategic.	Prelegere Conversație	2 ore <i>Studenții pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
Curs 3. CAPITOLUL I. PROCESUL DE MANAGEMENT STRATEGIC – 2 ore 1.3. Managementul strategic și competitivitatea strategică. 1.4. Procesul managementului strategic. 1.5. Analiza intrărilor strategice	Prelegere Conversație Suporturi video. Analize, studii de caz.	2 ore <i>Studenții pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
Curs 4. CAPITOLUL I. PROCESUL DE MANAGEMENT STRATEGIC – 2 ore 1.6. Intenția strategică și misiunea strategică 1.7. Deținătorii de interese ai unei organizații de afaceri. 1.8. Responsabilii cu strategia organizației (strategiștii). 1.9. Avantaje și limite ale managementului strategic.	Prelegere Conversație Exemplificări Problematizarea Expunerea cu oponent	2 ore <i>Studenții pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
Curs 5. CAPITOLUL II – 2 ore 2.1. Procesul de analiză a mediului intern. 2.2. Resursele firmei. 2.3. Capabilitățile firmei.	Prelegere Conversație Exemplificări	2 ore <i>Studenții pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
Curs 6. CAPITOLUL II – 2 ore 2.4. Analiza activităților creatoare de valoare pentru o firmă. 2.5. Competențele performante ale firmei. 2.6. Factorii de influență pentru obținerea de avantaje competitive	Prelegere Conversație Analize, studii de caz.	2 ore <i>Studenții pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
Curs 7. CAPITOLUL III. ANALIZA INTRĂRILOR DIN MEDIUL EXTERN – 2 ore 3.1. Componentele mediului extern 3.2. Procesul de globalizare 3.3. Procesul de analiză a mediului extern	Prelegere Conversație Exemplificări	2 ore <i>Studenții pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
Curs 8. CAPITOLUL III. ANALIZA INTRĂRILOR DIN MEDIUL EXTERN – 2 ore 3.4. Caracterul subiectiv al analizei mediului 3.5.. Analiza mediului extern general	Prelegere Conversație Exemplificări	2 ore <i>Studenții pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
Curs 9. CAPITOLUL III. ANALIZA INTRĂRILOR DIN MEDIUL EXTERN – 2 ore 3.6. Analiza mediului industrial 3.7.. Analiza competitorilor	Prelegere Conversație Exemplificări	2 ore <i>Studenții pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>

Curs 10. CAPITOLUL IV. ABORDARI MODERNE ALE STRATEGIEI FIRMEI – 2 ore 4.1. Originea și evoluția conceptului de strategie 4.2. Componentele strategiei	Prelegere Conversație Exemplificări	2 ore <i>Studentii pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
Curs 11. CAPITOLUL IV. ABORDARI MODERNE ALE STRATEGIEI FIRMEI – 2 ore 11.1. Componentele strategiei	Prelegere Conversație Exemplificări	2 ore <i>Studentii pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
Curs 12. CAPITOLUL IV. ABORDARI MODERNE ALE STRATEGIEI FIRMEI – 2 ore 4.3. Tipologia strategiilor 4.3.1. Tipologia strategiilor la nivel de firmă	Prelegere Conversație Exemplificări	2 ore <i>Studentii pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
Curs 13. CAPITOLUL IV. ABORDARI MODERNE ALE STRATEGIEI FIRMEI – 2 ore 4.3.2. Strategii de afaceri Abordarea lui Igor Ansoff Abordarea lui Michael Porter Abordarea lui Henry Mintzberg	Prelegere Conversație Problematizarea	2 ore <i>Studentii pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
Curs 14. CAPITOLUL IV. ABORDARI MODERNE ALE STRATEGIEI FIRMEI – 2 ore 4.3.3. Strategii funcționale	Prelegere Conversație Exemplificări Suporturi video Analize, studii de caz	2 ore <i>Studentii pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>

Bibliografie

Dârja (Cordoș) Mălina, Management strategic, suport de curs, Seria Didactica, 2017
Istocescu Amedeo, Strategia și managementul strategic al organizației. Concepte fundamentale. Aplicații manageriale, Editura ASE, București
Popa Ion, Management general, Editura ASE, București
Popa Ion, Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE, București
O. Nicolescu, *Strategii manageriale de firmă*, Editura Economică, București, 1998, biblioteca Catedrei de Management Marketing

8.2. Seminar-laborator	Metode de predare	Observații
S1. Model de elaborare a strategiei generale a unei firme. Importanța strategiei în firmele românești	Conversație Exemplificări	2 ore <i>sursele bibliografice minime necesare: suport de curs, Caiet de seminar pus la dispoziție studenților de către titularul de seminar Popa Ion, Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE, București</i>
S2 Fundamentarea strategiei generale a unei firme Premisele strategiei Stabilirea fazei ciclului de viață al firmei Folosirea metodei A.D.Little în stabilirea premiselor strategiei Alegerea modelului în funcție de situația firmei pe piață Diferențierea modelului în funcție de natura și vîrsta industriei	Conversație Exemplificări	2 ore <i>sursele bibliografice minime necesare: suport de curs, Caiet de seminar pus la dispoziție studenților de către titularul de seminar Popa Ion, Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE, București</i>
S3. Luarea în considerare a stakeholderilor	Conversație Exemplificări	2 ore <i>sursele bibliografice minime necesare: suport de curs, Caiet de seminar pus la dispoziție studenților de către titularul de seminar Popa Ion, Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE, București</i>
S4. Stabilirea locului și rolului organizației în cadrul	Conversație Exemplificări	2 ore <i>sursele bibliografice minime</i>

domeniului de activitate Diagnosticul extern		<i>necesare: suport de curs, Caiet de seminarii pus la dispoziție studenților de către titularul de seminar Popa Ion, Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE, București</i>
S5. Documentarea prealabilă culegerea și sistematizarea datelor despre principalele domenii de activitate ale firmei	Conversație Exemplificări	2 ore <i>sursele bibliografice minime necesare: suport de curs, Caiet de seminarii pus la dispoziție studenților de către titularul de seminar Popa Ion, Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE, București</i>
S6. Sistemul organizatoric Sistemul decizional Sistemul metodologic Sistemul informational	Conversație Exemplificări	2 ore <i>sursele bibliografice minime necesare: suport de curs, Caiet de seminarii pus la dispoziție studenților de către titularul de seminar Popa Ion, Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE, București</i>
S7. Identificarea simptomelor semnificative Analiza viabilității economice Analiza viabilității manageriale Puncte forte economice și manageriale Formularea de recomandări strategico-tactice	Conversație Exemplificări	2 ore <i>sursele bibliografice minime necesare: suport de curs, Caiet de seminarii pus la dispoziție studenților de către titularul de seminar Popa Ion, Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE, București</i>
S8. Elaborarea strategiei Formularea misiunii firmei Precizarea obiectivelor fundamentale Stabilirea modalităților (opțiunilor) strategice Dimensionarea resurselor necesare Stabilirea termenelor	Conversație Exemplificări	2 ore <i>sursele bibliografice minime necesare: suport de curs, Caiet de seminarii pus la dispoziție studenților de către titularul de seminar Popa Ion, Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE, București</i>
S9. Strategia de Cercetare-Dezvoltare Strategii funcționale de producție Strategii funcționale financiar-contabile Strategii de marketing Strategii funcționale de personal	Conversație Exemplificări	2 ore <i>Studenții pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
S10. Formularea politicilor globale și a politicilor parțiale ale firmei	Conversație Exemplificări	2 ore <i>Studenții pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
S11. Implementarea strategiei	Conversație Exemplificări	2 ore <i>Studenții pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
S12. Evaluarea strategiei	Conversație Exemplificări	2 ore <i>Studenții pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i>
S13. Prezentare proiecte	Evaluare proiecte	2 ore
S14. Prezentare proiecte	Evaluare proiecte	2 ore
Bibliografie Dârja (Cordoș) Mălina, Management strategic, suport de curs, Seria Didactica, 2017 Istocescu Amedeo, Strategia și managementul strategic al organizației. Concepte fundamentale. Aplicații manageriale, Editura ASE, București		

Popa Ion, Management general, Editura ASE, București
Popa Ion, Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE, București
O. Nicolescu, *Strategii manageriale de firmă*, Editura Economică, București, 1998, biblioteca Catedrei de Management Marketing

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

Conținutul prezentei fișe și implicit al cursului este rezultatul consultării informațiilor legate de cerințele mediului de afaceri, cerințe despre care am luat la cunoștință din întâlnirile cu reprezentanții mediului de afaceri în cadrul comisiilor CEAC pentru programele de studiu ale Facultății de Științe Economice.

Caracterul pragmatic al disciplinei, rezultat din operaționalizarea principalelor activități specifice organizațiilor este în acord cu cerințele comunității economice contemporane.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Evaluare finală</i>	Examen scris	70%
10.5 Seminar/laborator	- Corectitudinea și completitudinea întocmirii lucrărilor practice - Conținutul științific al referatelor - Implicarea în abordarea tematicii seminariilor	Verificare pe parcurs <i>Existența unui portofoliu de lucrări practice care să cuprindă:</i> 1. <i>Intocmirea unui proiect</i>	30%
10.6 Standard minim de performanță: - obținerea notei minime 5 - să aibă complet portofoliul de lucrări practice de la seminar - să definească principalii termeni utilizați în managementul strategic - să identifice și să descrie principalele componente ale strategiei - să identifice și să descrie corect principalele etape în elaborarea strategiei unei organizații - să definească principalele tipuri de strategii utilizate de către o organizație			

Data completării
18.09.2023

Semnătura titularului de curs
Lect.univ.dr. Dârja Mălina

Semnătura titularului de seminar
Asist.univ.dr. Nichita Anca

Data avizării în departament
20.09.2023

Semnătura directorului de departament
Conf.univ.dr. Maican Silvia Ștefania