

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2022/2023

Anul de studiu III/ Semestrul I

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățămînt 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	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/calificarea*	Marketing / 243103 Specialist marketing, 243101 Art director publicitate, 243104 Director de produs

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	MANAGEMENT STRATEGIC			2.2. Cod disciplină	MK 316.1
2.3. Titularul activității de curs	Lect.univ.dr. DĂRJA 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)	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 învățămînt	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					35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					

3.7 Total ore studiu individual	69
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	C3. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată 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 C5. Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu
Competențe transversale	-

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
---------------------------	--

1. Conținuturi*

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Curs 1. CAPITOLUL I. MANAGEMENTUL STRATEGIC. CONȚINUT, TRĂSĂTURI, IMPORTANȚĂ – 2 ore 1.1. Definierea și conținutul managementului strategic.	Prelegere Conversație	2 ore față în față <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 față în față <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 față în față <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 față în față <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 față în față <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 față în față <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 față în față <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 față în față <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	Notițe de curs în format digital Fișiere audio-video Bibliografie cu acces digital Facilități de documentare pe Internet Acces la baze de date online Simulări resurse educaționale deschise (RED)	2 ore on-line <i>Întâlnirile se vor desfășura pe grupul de Microsoft Teams</i>
Curs 10. CAPITOLUL IV. ABORDARI MODERNE ALE STRATEGIEI FIRMEI – 2 ore 4.1. Originea și evoluția conceptului de strategie 4.2. Componentele strategiei	Notițe de curs în format digital Fișiere audio-video Bibliografie cu acces digital Facilități de documentare pe Internet	2 ore on-line <i>Întâlnirile se vor desfășura pe grupul de Microsoft Teams</i>

	<p>Acces la baze de date onine</p> <p>Simulări resurse educaționale deschise (RED)</p>	
<p>Curs 11. CAPITOLUL IV. ABORDARI MODERNE ALE STRATEGIEI FIRMEI – 2 ore</p> <p>11.1. Componentele strategiei</p>	<p>Notițe de curs în format digital</p> <p>Fișiere audio-video</p> <p>Bibliografie cu acces digital</p> <p>Facilități de documentare pe Internet</p> <p>Acces la baze de date onine</p> <p>Simulări resurse educaționale deschise (RED)</p>	<p>2 ore on-line</p> <p><i>Întâlnirile se vor desfășura pe grupul de Microsoft Teams</i></p>
<p>Curs 12. CAPITOLUL IV. ABORDARI MODERNE ALE STRATEGIEI FIRMEI – 2 ore</p> <p>4.3. Tipologia strategiilor</p> <p>4.3.1. Tipologia strategiilor la nivel de firmă</p>	<p>Notițe de curs în format digital</p> <p>Fișiere audio-video</p> <p>Bibliografie cu acces digital</p> <p>Facilități de documentare pe Internet</p> <p>Acces la baze de date onine</p> <p>Simulări resurse educaționale deschise (RED)</p>	<p>2 ore on-line</p> <p><i>Întâlnirile se vor desfășura pe grupul de Microsoft Teams</i></p>
<p>Curs 13. CAPITOLUL IV. ABORDARI MODERNE ALE STRATEGIEI FIRMEI – 2 ore</p> <p>4.3.2. Strategii de afaceri</p> <p>Abordarea lui Igor Ansoff</p> <p>Abordarea lui Michael Porter</p> <p>Abordarea lui Henry Mintzberg</p>	<p>Prelegere</p> <p>Conversație</p> <p>Problematizarea</p>	<p>2 ore față în față</p> <p><i>Studentii pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i></p>
<p>Curs 14. CAPITOLUL IV. ABORDARI MODERNE ALE STRATEGIEI FIRMEI – 2 ore</p> <p>4.3.3. Strategii funcționale</p>	<p>Prelegere</p> <p>Conversație</p> <p>Exemplificări</p> <p>Suporturi video</p> <p>Analize, studii de caz</p>	<p>2 ore față în față</p> <p><i>Studentii pot utiliza suportul de curs tipărit sau alte resurse din bibliotecă pentru informare</i></p>
<p>Bibliografie</p> <p>Dârja (Cordoș) Mălina, Management strategic, suport de curs, Seria Didactica, 2017</p> <p>Istocescu Amedeo, Strategia și managementul strategic al organizației. Concepte fundamentale. Aplicații manageriale, Editura ASE, București</p> <p>Popa Ion, Management general, Editura ASE, București</p> <p>Popa Ion, Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE, București</p> <p>O. Nicolescu, <i>Strategii manageriale de firmă</i>, Editura Economică, București, 1998, biblioteca Catedrei de Management Marketing</p>		
<p>1.2. Seminar-laborator</p>		
<p>S1. Model de elaborare a strategiei generale a unei firme. Importanța strategiei în firmele românești</p>	<p>Conversație</p> <p>Exemplificări</p>	<p>2 ore față în față</p> <p><i>sursele bibliografice minime necesare: suport de curs, Caiet de seminar pus la dispoziție studenților de către titularul de seminar</i></p> <p>Popa Ion, Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE, București</p>
<p>S2</p> <p>Fundamentarea strategiei generale a unei firme</p> <p>Premisele strategiei</p> <p>Stabilirea fazei ciclului de viață al firmei</p> <p>Folosirea metodei A.D.Little în stabilirea premiselor strategiei</p> <p>Alegerea modelului în funcție de situația firmei pe piață</p> <p>Diferențierea modelului în funcție de natura și vârsta industriei</p> <p>2 ore</p>	<p>Conversație</p> <p>Exemplificări</p>	<p>2 ore față în față</p> <p><i>sursele bibliografice minime necesare: suport de curs, Caiet de seminar pus la dispoziție studenților de către titularul de seminar</i></p> <p>Popa Ion, Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE, București</p>
<p>S3.</p> <p>Luarea în considerare a stakeholderilor</p>	<p>Conversație</p> <p>Exemplificări</p>	<p>2 ore față în față</p>

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>
S4. Stabilirea locului și rolului organizației în cadrul domeniului de activitate Diagnosticul extern 2 ore	Conversație Exemplificări	2 ore față în față <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>
S5. Documentarea prealabilă culegerea și sistematizarea datelor despre principalele domenii de activitate ale firmei 2 ore	Conversație Exemplificări	2 ore față în față <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 2 ore	Conversație Exemplificări	2 ore față în față <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 2 ore	Conversație Exemplificări	2 ore față în față <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 2 ore	Conversație Exemplificări	2 ore față în față <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 2 ore	Notele de curs în format digital Fișiere audio-video Bibliografie cu acces digital Facilități de documentare pe Internet Acces la baze de date online Simulări resurse educaționale deschise (RED)	2 ore on-line <i>Întâlnirile se vor desfășura pe grupul de Microsoft Teams</i>
S10. Formularea politicilor globale și a politicilor parțiale ale firmei 2 ore	Notele de curs în format digital Fișiere audio-video Bibliografie cu acces digital Facilități de documentare pe Internet Acces la baze de date online Simulări resurse educaționale deschise (RED)	2 ore on-line <i>Întâlnirile se vor desfășura pe grupul de Microsoft Teams</i>
S11. Implementarea strategiei	Notele de curs în format digital Fișiere audio-video	2 ore on-line <i>Întâlnirile se vor desfășura pe grupul de</i>

2 ore	Bibliografie cu acces digital Facilități de documentare pe Internet Acces la baze de date online Simulări resurse educaționale deschise (RED)	<i>Microsoft Teams</i>
S12. Evaluarea strategiei 2 ore	Notele de curs în format digital Fișiere audio-video Bibliografie cu acces digital Facilități de documentare pe Internet Acces la baze de date online Simulări resurse educaționale deschise (RED)	2 ore on-line <i>Întâlnirile se vor desfășura pe grupul de Microsoft Teams</i>
S13. Prezentare proiecte 2 ore	Evaluare proiecte	2 ore față în față
S14. Prezentare proiecte 2 ore	Evaluare proiecte	2 ore față în față
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, <i>Strategii manageriale de firmă</i> , Editura Economică, București, 1998, biblioteca Catedrei de Management Marketing		

2. 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.

3. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Evaluare finală	Examen scris	60%
10.5 Seminar/laborator	- Corectitudinea și completitudinea întocmirii lucrărilor practice - Conținutul științific al referatelor - Implicarea în abordarea tematicii seminariilor	Verificare pe parcurs Existența unui portofoliu de lucrări practice care să cuprindă: 1. Intocmirea unui proiect	40%
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
21.09.2022

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

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

Data avizării în departament
21.09.2022

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