

FIȘA DISCIPLINEI
Analiza strategică a mediului concurențial
anul universitar: 2019 – 2020

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management / Economist

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Analiza strategică a mediului concurențial									
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studii	II	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	4	3.2	din care curs	2	3.3	S / L / P	2
3.4	Total ore din planul de învăț.	56	3.5	din care curs	28	3.6	S / L / P	28
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								20
Tutorat								3
Examinări								3
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.7	Total ore studiu individual			69				
3.8	Total ore pe semestru			125				
3.9	Număr de credite			5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Elemente de Economia Întreprinderii, Management și Marketing
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotare a sălii de curs cu videoproiector și cu tablă / flipchart și cretă / marker
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Respectarea termenelor de predare a temelor de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.1. Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației prin diagnosticare și analiză SWOT – 1 PC C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 2 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu procesul de analiză strategică a mediului concurențial
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive 1. Definirea corectă a obiectului de studiu al analizei strategice și corelarea cu celelalte discipline; 2. Cunoașterea și înțelegerea conceptelor, abordărilor, teoriilor, modelelor și metodelor din domeniul analizei strategice; 3. Cunoașterea, înțelegerea și explicarea printr-o gândire interpretativă a conceptelor, proceselor, fenomenelor, stărilor, ideilor și tendințelor în managementul strategic ce implică activități de cercetare empirică supervizată; 4. Operarea cu conceptele fundamentale specifice analizei strategice; 5. Însușirea conceptului de gândire strategică în cadrul afacerilor.

	<p>B. Obiective procedurale</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selectarea informațiilor economice relevante pentru realizarea analizei strategice a mediului ambiant, în vederea identificării oportunităților și amenințărilor; 2. Descrierea argumentată a metodologiilor de analiză și interpretare a informațiilor economice în vederea realizării analizei strategice; 3. Capacitatea de a fundamenta strategii viabile privind dezvoltarea și diversificarea mediului de afaceri, pe baza informațiilor economico-financiare din firme; 4. Capacitatea de a gestiona eficient schimbări și alte evenimente din organizații; 5. Capacitatea de a iniția, derula și finaliza proiecte de cercetare științifică și de a angaja parteneriate cu organizații economice naționale și internaționale. <p>C. Obiective atitudinale</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitatea de a lucra în echipă; 2. Capacitatea de a acționa independent și creativ în abordarea și soluționarea problemelor, de a evalua obiectiv și constructiv stări critice, de a rezolva creativ probleme, cu respectarea normelor deontologice profesionale; 3. Cultivarea unor atitudini constructive în contexte organizaționale variate.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	<p>Tema Nr. 1 CONȚINUTUL ȘI METODOLOGIA ANALIZEI STRATEGICE A ORGANIZAȚIEI ÎN MEDIUL CONCURENȚIAL</p> <p>1.1. Întreprinderea – obiect al analizei strategice și mediul său concurențial (3 ore)</p> <p>1.2. Conținutul și metodologia cadru a analizei strategice în mediul concurențial (3 ore)</p>	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prelegerea ▪ conversația euristică 	<p><i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i></p>
2	<p>TEMA Nr. 2 METODE DE ANALIZĂ STRATEGICĂ A ACTIVITĂȚII ÎNTREPRINDERILOR</p> <p>2.1. Metode de analiză strategică bazate pe evaluarea factorilor lanțului de activități intern – extern ale organizației (6 ore)</p> <p>2.1.1. Segmentarea strategică a sectoarelor de activitate</p> <p>2.1.2. Analiza SWOT</p> <p>2.1.3. Matricea BCG</p> <p>2.2. Metode de analiză strategică bazate pe evaluarea criteriilor atractivității și a forței afacerii pe piață (6 ore)</p> <p>2.2.1. Matricea General Electric – Mc Kinsey</p> <p>2.2.2. Matricea Royal Dutch – Shell</p> <p>2.2.3. Matricea Artur D. Little și Hofer</p>	12	<ul style="list-style-type: none"> ▪ exemplificarea ▪ organizatorul grafic ▪ exercițiul ▪ dezbateră cu oponent imaginar 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prezentări în power-point ▪ Studii de caz ▪ Scurte prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului
3	<p>TEMA Nr. 3 ALTERNATIVE STRATEGICE ALE ÎNTREPRINDERII ÎN MEDIUL CONCURENȚIAL</p> <p>3.1. Strategii de creștere (5 ore)</p> <p>3.2. Strategii de consolidare (stabilitate) (3 oră)</p> <p>3.3. Strategii defensive (2 oră)</p>	10		

Bibliografie

1. Anghel Ioan, *Evaluarea întreprinderii*, Editura Economică, București, 2010
2. Baicu Mariana – *Managementul riscului în afaceri*, Editura Fundația România de Măine, București, 2010
3. Ciocoiu Carmen Nadia, *Managementul riscului. O abordare integrată*, Editura A.S.E., București, 2014
4. Dalota Marius-Dan, *Managementul strategic al firmei*, Editura Pro Universitaria, 2016
5. Dumitrescu Mihail; Dumitrescu-Peculea Adelina - *Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane*, Editura Economică, București, 2014
6. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – *Controlling profesional. Concepte și instrumente*, Editura Economică, București, 2014
7. Gallo Carmine – *Experiența APPLE - Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții*, Editura Amaltea, București, 2015
8. Ghenea Marius - *Antreprenoriat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri*, Editura Universul Juridic, 2011
9. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – *Business-to-business Brand Management*, Editura Brandbuilders, București, 2016
10. Lencioni Patrick – *Cinci tentații ale unui CEO*, Editura Litera, București, 2015
11. Mauborgne, Renee, *Strategia oceanului albastru. Cum să creezi un spațiu de piață necontestat și să faci concurența irelevantă*, Editura Economică, București, 2015
12. Mihai D., Drăghici, C. – *Curs de analiză strategică a mediului concurențial – manual universitar destinat pregătirii studenților I.F.R.*, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010
13. Mihai, D., Drăghici, C. – *Curs de analiză strategică și simulări decizionale* – vol. 1, Editura Sitech, Craiova, 2009.
14. Popescu Dumitru Dan, *Practical guide to company analysis*, Editura A.S.E., București, 2011
15. Tanțău Adrian - *Entrepreneurship. Gîndește inovator și pragmatic*, Editura CH Beck, București, 2011.

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei și a competențelor vizate; prezentarea generală a structurii proiectului ce trebuie elaborat și distribuirea temelor	2		
2	Metodologia de realizare a studiilor de analiză strategică a organizației în mediul concurențial	4		
3	Analiza corelată a capacității strategice a întreprinderii și a mediului extern	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dialogul ▪ Lucrul în grup 	În cadrul primei ședințe se stabilesc obligațiile de seminar ale studenților și se precizează criteriile ce vor fi utilizate în evaluarea rezultatelor învățării
4	Diagnosticarea situației organizației și a prestației ei în cadrul mediului concurențial în care operează, pe baza analizei ratio-urilor economico-financiare relevante	4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Exercițiul 	<i>Resurse folosite:</i>
5	Analiza atractivității principalelor domenii de analiză strategică (DAS) ale întreprinderii	4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conversația euristică 	<ul style="list-style-type: none"> • Scurte prezentări în power-point pentru descrierea studiilor de caz și stimularea exercițiilor
6	Studii de caz – Analiza corelată a capacității strategice a întreprinderii și a caracteristicilor mediului său extern: <ul style="list-style-type: none"> - selectarea domeniilor de analiză strategică (1 oră); - stabilirea tipului de strategie pentru fiecare DAS (1 oră); - aplicarea modelelor matriceale de analiză: <ul style="list-style-type: none"> ▪ analiza SWOT la organizații reprezentative pentru diferite sectoare de activitate (2 ore); ▪ matricea BCG de analiză a portofoliului de produse/servicii ale întreprinderii (2 ore); ▪ matricea General Electric – Mc Kinsey (1 oră); ▪ matricea Artur D. Little (1 oră); ▪ matricea Royal Dutch (1 oră); ▪ matricea Hofel – Schendel a ciclului de viață al industriei (1 oră). 	12	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dezbateră cu oponent imaginar 	<ul style="list-style-type: none"> • Studii de caz • Simulări pe computer
Bibliografie <ol style="list-style-type: none"> 1. Anghel Ioan, <i>Evaluarea întreprinderii</i>, Editura Economică, București, 2010 2. Ciocoiu Carmen Nadia, <i>Managementul riscului. O abordare integrată</i>, Editura A.S.E., București, 2014 3. Dalota Marius-Dan, <i>Managementul strategic al firmei</i>, Editura Pro Universitaria, 2016 4. Dumitrescu Mihail; Dumitrescu-Peculea Adelina - <i>Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane</i>, Editura Economică, București, 2014 5. Eschenbach Rolf, Siller Helmut – <i>Controlling profesional. Concepte și instrumente</i>, Editura Economică, București, 2014 6. Gallo Carmine – <i>Experiența APPLE - Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții</i>, Editura Amaltea, București, 2015 7. Kotler Philip, Pfoertsch Waldemar – <i>Business-to-business Brand Management</i>, Editura Brandbuilders, București, 2016 8. Lencioni Patrick – <i>Cinci tentații ale unui CEO</i>, Editura Litera, București, 2015 9. Mauborgne, Renee, <i>Strategia oceanului albastru. Cum să crezi un spațiu de piață necontestat și să faci concurența irelevantă</i>, Editura Economică, București, 2015 10. Mihai D., Drăghici, C. – <i>Curs de analiză strategică a mediului concurențial – manual universitar destinat pregătirii studenților I.F.R.</i>, Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010 11. Popescu Dumitru Dan, <i>Practical guide to company analysis</i>, Editura A.S.E., București, 2011 12. Urbain Caroline, Le Gall-Ely Marine, <i>Pretul și strategia de marketing</i>, Editura CH Beck, București, 2011. 				

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

- corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și metodelor de analiză strategică a mediului concurențial vor satisface așteptările reprezentanților angajatorilor din domeniul managementului;
- competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților mediului de afaceri.

Notă: *Universitatea din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.*

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> - corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate. 	Evaluarea finală - probă scrisă (2 ore): calitatea și coerența tratării celor 2 subiecte abordabile în manieră explicativ – argumentativă (30%) + un subiect de analiză și interpretare (20%)	30 %
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • Activitate seminar - evaluarea răspunsurilor la întrebările formulate de către cadrul didactic și a participării active a fiecărui student la rezolvarea studiilor de caz la seminar. • Test de verificare - rezolvarea unor aplicații asemănătoare celor de la seminarii. • Temă de casă - se va evalua gradul de încadrare în cerințele impuse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expunerea liberă a studentului și chestionare orală sub formă de dialog. • Testare • Evaluarea lucrărilor individuale și chestionare orală 	<p>30%</p> <p>20%</p> <p>20%</p>
10.6 Standard minim de performanță	- Cunoașterea principalelor metode de diagnosticare strategică a afacerii în contextul mediului concurențial în cadrul căruia evoluează și elaborarea proiectului individual		

Data completării

Titular de curs,

Titular de seminar,

Data aprobării în Consiliul departamentului,

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela MIHAI