

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Management strategic, 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	<b>Management strategic</b>									
2.2	Titularul activităților de curs										
2.3	Titularul activităților de seminar										
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	C	2.7	Regimul disciplinei	A

**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.	48	3.5	din care curs	24	3.6	S / L / P	24
<b>Distribuția fondului de timp alocat studiului individual</b>								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								15
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								12
Tutorat								3
Examinări								2
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								
3.7	Total ore studiu individual			52				
3.8	<b>Total ore pe semestru</b>			<b>100</b>				
3.9	<b>Număr de credite</b>			<b>4</b>				

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1	De curriculum	Cunoașterea noțiunilor de bază de Management și Marketing studiate în anul I.
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

**5. Condiții (acolo unde este cazul)**

5.1	De desfășurare a cursului	- Dotarea sălii de curs cu videoproiector
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

**6. Competențe specifice vizate**

Competențe profesionale	C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 2 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC C.6. Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale – 1 PC
Competențe transversale	

**7. Obiectivele disciplinei**

7.1	Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu conceptele specifice managementului strategic
7.2	Obiectivele specifice	<p><b>A. Obiective cognitive</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cunoașterea noțiunilor de management strategic, necesitatea și rolul strategiei, definirea strategiei, tipuri de strategii, creativitatea și inovarea, etc.</li> <li>▪ Înțelegerea rolului strategiei, a politicilor, alianțelor strategice, intrarea pe o nouă piață, apelarea la o nouă materie primă</li> <li>▪ Cunoașterea proceselor și activităților necesare reorganizării unei firme</li> </ul> <p><b>B. Obiective procedurale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Explicarea unor situații concrete specifice managementului strategic</li> <li>▪ Capacitatea de a pune în conexiune disciplina "Management Strategic" cu alte discipline din domeniul aferent</li> <li>▪ Interpretare a situației generale sau specifice în domeniul managementului strategic</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Capacitatea de a explica etapele obținerii strategiei</li> </ul> <p><b>C. Obiective atitudinale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Capacitatea de a lucra în echipă</li> <li>▪ Cultivarea unor atitudini constructive în contextul managementului strategic</li> <li>▪ Încurajarea unui comportament moral la nivel de parteneriate</li> </ul>
--	---

## 8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de lucru	Observații Resurse folosite
1	Strategia și managementul strategic al organizației 1.1. Strategia organizației 1.2. Conceptul de strategie 1.3. Componentele strategiei	2		
2	Determinanții contextuali (exogeni) ai strategiei Determinanții interni (endogeni) ai strategiei	2		
3	Deținătorii de interese și strategia organizației Implicarea deținătorilor de interese în realizarea cu succes a strategiei organizației	2		
4	Managementul strategic al organizației 4.1. Definierea managementului strategic 4.2. Procesul managementului strategic 4.3. Avantaje ale managementului strategic	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ prelegerea</li> <li>▪ conversația euristică</li> <li>▪ exemplificarea</li> <li>▪ exercițiul</li> <li>▪ dezbateră cu oponent imaginar</li> </ul>	<p><i>calculatorul (prezentarea în power –point)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prezentări în power-point</li> <li>▪ Studii de caz</li> </ul>
5	Limite ale managementului strategic	2		
6	Modele specifice managementului strategic 6.1. Modelul G. Hofer și D. Schendel 6.2. Modelul J.A. Pearce II și R.B. Robinson 6.3. Modelul LCAG al școlii de la Harvard	3		
7	Modele specifice managementului strategic 7.1. Modelul K. Andrews 7.2. Modelul M.J. Stahl și D.W. Grisgby 7.3. Modelul R. Daft	3		
8	Modele specifice managementului strategic 8.1. Modelul B. Gluck, W. Kaufman, A. Walleck 8.2. Modelul J. Carles 8.3. Modelul P. G. Holland și L. W. Rue	3		
9	Particularități ale utilizării modelelor strategice pentru organizațiile din România Decizii strategice	2		
10	Modele ale procesului de decizie strategică	3		

### Bibliografie

1. CIOCOIU CARMEN NADIA, **Managementul riscului. O abordare integrată**, Editura A.S.E., București, 2014
2. CONSTANTINESCU D. A. și colectiv, **Management strategic**, București, Colecția Națională, 2000
3. DALOTA MARIUS-DAN, **Managementul strategic al firmei**, Editura Pro Universitaria, 2016
4. DOINIȚA CIOCÎRLAN, **Managementul strategic**, Editura Universitară, 2010.
5. DUMITRESCU MIHAIL; DUMITRESCU-PECULEA ADELINA - **Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane**, Editura Economică, București, 2014
6. STEWART M., **Regulile Marthei - 10 reguli esențiale pentru atingerea succesului atunci când începeți, construiți sau administrați o afacere**, Editura Curtea Veche, 2007
7. TELLIER Y., ROVENTA-FRUMUȘANI D., **Resurse umane și dezvoltare organizațională**
8. TOMESCU (SINISI) Crenguța Ileana, **Managementul strategic - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă**, Editura Universității din Pitești, 2010

### 8.2. Aplicații: Seminar

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuția temelor și a proiectului	2		
2	Locul și rolul strategiei în cadrul firmei	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- dialogul</li> <li>- dezbateră</li> <li>lucru în echipa</li> <li>- conversația euristică</li> </ul>	<p>Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare</p>
3	Modelul O. Nicolescu. Exemple	4		
4	Modelul S. Oréal. Exemple	4		
5	Modelul A. Desremaux. Exemple	4		
6	Studiu de caz- Strategia în cadrul organizației. Prezentarea primei părți a proiectului.	3		
7	Planul strategic în cadru organizației. Prezentarea părții a doua a proiectului.	3		

### Bibliografie

1. CONSTANTINESCU D. A. și colectiv, **Management strategic**, București, Colecția Națională, 2000
2. DALOTA MARIUS-DAN, **Managementul strategic al firmei**, Editura Pro Universitaria, 2016
3. DOINIȚA CIOCÎRLAN, **Managementul strategic**, Editura Universitară, 2010.

4. STEWART M., **Regulile Marthei - 10 reguli esențiale pentru atingerea succesului atunci când începeți, construiți sau administrați o afacere**, Editura Curtea Veche, 2007
5. TELLIER Y., ROVENTA-FRUMUȘANI D., **Resurse umane și dezvoltare organizațională**
6. TOMESCU (SINISI) Crenguța Ileana, **Managementul strategic - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă**, Editura Universității din Pitești, 2010

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

- Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările angajatorilor din domeniul managementului
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora

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	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare scrisă în timpul semestrului;  - Evaluare finală.	20 %  30%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz;  - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog.  - Prezentarea orală a temei de casă; -Chestionare orală.	20%  30%
10.6 Standard minim de performanță	- Cunoașterea și capacitatea de a aplica pe o firmă principalele modele de management strategic studiate.		

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