

FIȘA DISCIPLINEI
Management strategic, 2017-2018

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
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Management strategic									
2.2	Titular disciplină (coordonator disciplină)	Lect. univ. dr. Sinisi Crenguta Ileana									
2.3	Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Sinisi Crenguta Ileana									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Total ore din planul de învăț.	42	3.2	Din care S.I.	28	3.3	SF / ST / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								48
<i>din care:</i>								
- Echivalent ore curs forma IF								28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								28
Pregătire seminarului, teme, referate, portofolii, eseuri								28
Tutorat								2
Examinări								2
Alte activități (exemplu: comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								3
3.4	Total ore studiu individual							111
3.5	Total ore pe semestru							125
3.6	Număr de credite							5

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	► Materialul de studiu este realizat în tehnologie ID/IFR
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.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 – 1 PC C.3. Elaborarea și implementarea sistemului managerial și a subsistemelor sale (alocare și realocare de resurse și activități) – 1 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 conceptele specifice managementului strategic
7.2	Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cunoașterea noțiunilor de management strategic, necesitatea și rolul strategiei, definirea strategiei, tipuri de strategii, creativitatea și inovarea, etc. ▪ Înțelegerea rolului strategiei, a politicilor, alianțelor strategice, intrarea pe o nouă piață, apelarea la o nouă materie primă ▪ Cunoașterea proceselor și activităților necesare reorganizării unei firme

	<p>B. Obiective procedurale</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Explicarea unor situații concrete specifice managementului strategic ▪ Capacitatea de a pune în conexiune disciplina "Management Strategic" cu alte discipline din domeniul aferent ▪ Interpretare a situației generale sau specifice în domeniul managementului strategic ▪ Capacitatea de a explica etapele obținerii strategiei <p>C. Obiective atitudinale</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitatea de a lucra în echipă ▪ Cultivarea unor atitudini constructive în contextul managementului strategic ▪ Încurajarea unui comportament moral la nivel de parteneriate
--	--

8. Conținuturi

8.1. Studiu individual echivalent ore curs de la forma I.F. (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de lucru	Observații Resurse folosite
U.1	Strategia și managementul strategic al organizației 1.1. Strategia organizației 1.2. Conceptul de strategie 1.3. Componentele strategiei	3	- Utilizare facilități platformă e-learning (chat, forum) - E-mail - Consultații	Materialului didactic este divizat în unități de studiu, care facilitează învățarea graduală și structurată.
U.2	Determinanții contextuali (exogeni) ai strategiei Determinanții interni (endogeni) ai strategiei	3		
U.3	Deținătorii de interese și strategia organizației Implicarea deținătorilor de interese în realizarea cu succes a strategiei organizației	3		
U.4	Managementul strategic al organizației 4.1. Definirea managementului strategic 4.2. Procesul managementului strategic 4.3. Avantaje ale managementului strategic	3		
U.5	Limite ale managementului strategic	2		
U.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		
U.7	Modele specifice managementului strategic 7.1. Modelul K. Andrews 7.2. Modelul M.J. Stahl și D.W. Grisby 7.3. Modelul R. Daft	3		
U.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		
U.9	Particularități ale utilizării modelelor strategice pentru organizațiile din România Decizii strategice	2		
U.10	Modele ale procesului de decizie strategică	3		

Bibliografie

1. CIOCIOIU 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 începi, construiești sau administrezi o afacere**, Editura Curtea Veche, 2007
7. TELLIER Y., ROVENTA-FRUMUȘANI D., **Resurse umane și dezvoltare organizațională**
8. TOMESCU (SINISI) Crengușă Ileana, **Managementul strategic - suport de curs pentru învățământul frecvență redusă**, Editura Universității din Pitești, 2010

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor și a proiectului	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipa - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Locul și rolul strategiei în cadrul firmei	2		
3	Modelul O. Nicolescu. Exemple	2		
4	Modelul S. Oréal. Exemple	2		
5	Modelul A. Desremaux. Exemple	2		
6	Studiu de caz- Strategia în cadrul organizației. Prezentarea primei părți a proiectului.	2		
7	Planul strategic în cadrul organizației. Prezentarea părții a doua a proiectului.	2		

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 începi, construiești sau administrezi o afacere**, Editura Curtea Veche, 2007
5. TELLIER Y., ROVENTA-FRUMUȘANI D., **Resurse umane și dezvoltare organizațională**
6. TOMESCU (SINISI) Crengușă 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 Studiu individual, echivalent curs de la forma I/F.	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare scrisă în timpul semestrului; - Evaluare finală.	20 % 50%
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% 10%
10.6 Standard minim de performanță	- Cunoașterea și capacitatea de a aplica pe o firmă principalele modele de management strategic studiate.		

Data completării
15 septembrie 2017

Titular disciplină,
Lect. univ. dr. Crengușă Ileana SINISI

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Crengușă Ileana SINISI

Data aprobării în Consiliul departamentului,
30 septembrie 2017

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

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

Director Centrul IFR
Conf. univ. dr. Mădălina Brutu