

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Creștină Partium
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Sociale
1.3. Departamentul	Departamentul de Economie
1.4. Domeniul de studii	Management
1.5. Ciclu de studii	Licenta
1.6. Programul de studii/Calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Management strategic ECTS3207
2.2. Titularul activității de curs	Prof. Dr. Nábrádi András
2.3. Titularul activității de seminar	Asist. Univ. Dr. Kovács Tünde
2.4. Anul de studiu	3
2.5. Semestrul	6
2.6. Tipul de evaluare	Colocviu
2.7. Regimul disciplinei	DD

3. Timpul total estimat

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					4
Examinări					4
Alte activități					-
3.7. Total ore studiu individual					58
3.8. Total ore pe semestru					100
3.9. Numărul de credite					4

4. Precondiții (unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	-
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	-

6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	CP3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii CP4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare CP6. Asistență în managementul resurselor umane
6.2. Competențe	CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei

6.1. Competențe profesionale	CP3. Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii CP4. Gestionarea și alocarea resurselor materiale și financiare CP6. Asistență în managementul resurselor umane
transversale	strategii de munca riguroasă, eficientă și responsabilă.

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Scopul cursului este ca studenții care absolvesc curriculum să fie conștienți de principalele domenii ale planificării afacerii, metodele de planificare, să le cunoască la un nivel de calificare aplica, implementa.
7.2. Obiectivele specifice	Elevul dobândește cunoștințe de bază prin care este ghidat în metodologia strategiei corporative, înțelegându-le, este capabil să stăpânească cele mai moderne abordări folosind proceduri speciale. Cursurile se concentrează pe trei domenii principale: 1. Procesul de planificare strategică, procedurile sale speciale; 2. Implementarea strategiei, domeniile de organizare, conducere și formarea echipei; 3. Monitorizarea implementării și procesului strategiei. Prin curs, studentul cunoaște cele mai noi direcții de cercetare, domenii și rezultate ale planificării strategice.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Conceptul de strategie, domeniile sale, diferența dintre planul tradițional și planul strategic, construirea proceselor strategice reciproce.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	2 ore
2. Analiza strategică, misiunea de afaceri, formularea viziunii.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	2 ore
3. Analiza macro-mediului extern al companiei, analiza PEST.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	2 ore
4. Analiza micro-mediului extern al întreprinderii, modelul cu cinci factori al lui Porter, configurarea și interpretarea matricea-EFE.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	2 ore
5. Analiza factorilor interni ai întreprinderii, abordarea bazată pe resurse, abordarea cheie bazată pe factori interni, abordarea bazată pe lanțul valoric.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	2 ore
6. Proces de calcul pentru determinarea matricea-IFE.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	2 ore
7. Analiza competitorului, configurarea elementară a matricei profilului competitiv, analiza radiosopică a rezultatelor.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	2 ore
8. Definirea, metodelor și fundamentele teoretice ale direcțiilor strategice potențiale.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	2 ore
9. Considerații pentru obiectivele strategice pe termen lung.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	2 ore
10. Strategii ofensive.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	2 ore
11. Strategii intensive, promovarea vânzărilor adâncirea pieței, dezvoltarea pieței, dezvoltarea produselor,	Prezentare metoda frontală	2 ore

diversificarea afiliată și neconectată.	Exemple, discuții	
12. Strategii defensive, reținere, reorganizare, dezinvestire, vânzare parțială, lichidare, avantaje, limitări, dezavantaje. Structura și posibilitățile de aplicare a Matricei de planificare strategică cantitativă.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	2 ore
13. Implementarea strategiei.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	2 ore
14. Monitorizarea implementării strategiei.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	2 ore
a. Seminar	Metode de predare	Observații
1. Elevul învață despre diferențele dintre planificarea tradițională și strategică și se adaptează la specificul subiectului prezentând fazele planificării.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	1 oră
2. Elevii vor fi conștienți de procesul de dezvoltare a unei misiuni de afaceri, de modul în care valorile și așteptările sunt create și de specificul modelării unei viziuni.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	1 oră
3. Prin însușirea elementelor de bază ale studiului factorilor politici, economici, socio-culturali și tehnologici, aceștia vor putea efectua analize macro-ecologice în teorie.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	1 oră
4. Folosind modelul Porter cu 5 forțe, se stăpânește metodologia de analiză a micromediului extern, utilizând matricea EFE, diferitele elemente sunt standardizate și impactul lor asupra întreprinderii poate fi cuantificat.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	1 oră
5. Analiza internă bazată pe trei metode diferite permite obținerea de rezultate obiective de cercetare pentru companii cu clasificări sectoriale diferite.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	1 oră
6. Folosind matricea IFE, diferenții factori interni sunt standardizați și influența altfel eterogenă a zonelor de îmbunătățit poate fi cuantificată.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	1 oră
7. Analiza concurentului se bazează pe indicele de satisfacție a consumatorului și concluziile trase din acesta. Compararea poate fi apoi plasată pe o bază obiectivă folosind matricea CPM. Cu metoda de standardizare, cuantificările cantitative devin reale.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	1 oră
8. Direcțiile strategice potențiale pot diferi în funcție de diviziile corporative. Acestea pot fi fundamental diferite atunci când se optimizează alocarea resurselor pentru a obține cele mai mari rezultate posibile.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	1 oră
9. Sunt prezentate diferite abordări pentru determinarea posibilităților direcții strategice, cu care diferențele sectoriale pot fi rezolvate, iar analizele bazate pe diferite fundații pot plasa vectorul direcției strategice pe o bază obiectivă.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	1 oră
10. Elevii vor fi conștienți de diferența dintre o viziune și obiectivele strategice pe termen lung. Ei învață despre elementele de relație ale obiectivelor interne și externe. Printre direcțiile strategice ofensive, aceștia vor fi conștienți de oportunitățile și limitările integrării verticale și a integrării orizontale.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	1 oră
11. Folosind abordarea Ansoff, elevii se familiarizează cu elementele de bază ale relațiilor produs-piață. Prin clarificarea celor 16 metode de promovare a vânzărilor, precum și a beneficiilor și pericolelor dezvoltării pieței și dezvoltării produselor, vor putea plasa strategii intensive în	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	1 oră

depozitul de instrumente strategice.		
12. Unul dintre elementele cheie ale unei decizii strategice este ceea ce nu trebuie făcut. Dacă nu s-a făcut acest lucru, etapele reducerii și reamenajării trebuie efectuate cu atenție. Strategiile defensive arată aceste posibilități. Folosind matricea QSPM, este posibil să se selecteze soluții mai bune din variantele diferite, dar orientate în mod similar.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	1 oră
13. În urma deciziei, implementarea strategiei ar trebui planificată pe baza unui lanț logic. În acest sens, problemele organizaționale, de consolidare a echipei și de stimulente sunt subliniate în primul rând, atrăgând atenția asupra nevoilor lor.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	1 oră
14. Schimbările în factorii externi și interni necesită controlul continuu și auditul strategiei. Folosind graficul Gant, se poate obține feedback continuu, iar schimbările pot fi inițiate în timp util pentru succesul pe termen lung al strategiei.	Prezentare metoda frontală Exemple, discuții	1 oră

Bibliografie obligatorie

Tema 1: Nábrádi A.(ed.): A stratégiák tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2019.

Bibliografie facultativă

1. Fred R. David, Forest R. David: Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases, 16th Edition, ISBN 978-0-13-416784-8 published by Pearson Education © 2017.
2. Arthur A. Thompson; Margaret A. Peteraf; John E. Gamble; A.J. Strickland III (2018): Crafting & Executing Strategy: The Quest For Competitive Advantage, Concepts, Twenty-First Edition. Published by McGraw-Hill Education, ISBN 978-1-259-89969-0
3. Nábrádi A. (szerk., 2018) A stratégiák tervezés gyakorlata, Debreceni Egyetem, 1-178 . p.
4. Nábrádi A.-Pupos T. (szerk). A stratégiák és az üzleti tervezés gyakorlata. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 2010.

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se studiază în alte centre universitare din țară și din străinătate, precum și cu cerințele activităților profesionale derulate în cadrul organizațiilor angajatoare.

3. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Abordarea subiectelor teoretice.	Test	60
Seminar	Evaluarea studiilor de caz		40

Standard minim de performanță:

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

15 septembrie 2024




Data avizării în departament:

Semnătura directorului de departament:

.....

.....