

S.07.A.052 MANAGEMENT STRATEGIC
1. Date despre unitatea de curs/modul

Facultatea	Construcții Geodezie și Cadastru				
Catedra/departamentul	Inginerie, Drept și Evaluarea Imobilului				
Ciclul de studii	Studii superioare de licență, ciclul I				
Programul de studiu	0710.1 Inginerie și Management în Construcții				
Anul de studiu	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
III (învățământ cu frecvență); IV (învățământ cu frecvență redusă)	6 8	E	S – unitate de curs de specialitate	A - unitate de curs opțională	4

2. Timpul total estimat

Total ore în planul de învățământ	Din care				
	Ore auditoriale		Lucrul individual		
	Curs	seminar	Lucrare de an	Studiul materialului teoretic	Pregătire aplicații
120	30	30		60	-
120	12	12		96	-

3. Precondiții de acces la unitatea de curs/modul

Conform planului de învățământ	Management, Marketing
Conform competențelor	Cunoașterea formelor organizatorico-juridice ale antreprenoriatului în Republica Moldova, capacități de a gândi analitic, de a căuta și de a structura informația necesară

4. Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru

Curs	Pentru prezentarea materialului teoretic în sala de curs este nevoie de proiector și calculator, tablă, cretă/ marker, internet
Seminar	Studentii vor elabora referate pe tematica propusă de titularul cursului, vor analiza strategiile implementate în cadrul întreprinderilor din Republica Moldova

5. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP6. Gestiunea bunurilor imobile și a afacerilor imobiliare ✓ Cunoașterea teoriilor de management strategic și strategie; ✓ Descrierea modelului de management strategic ✓ Elaborarea și implementarea strategiilor pentru soluționarea unor probleme tipice; ✓ Analiza SWOT a întreprinderii; ✓ Elaborarea planului de dezvoltare strategică a afacerilor imobiliare
Competențe transversale	-

6. Obiectivele unității de curs/modulului

Obiectivul general	elaborarea și implementarea unei strategii eficiente la nivel de întreprindere
--------------------	--

Obiectivele specifice	✓ prezentarea conceptului de strategie în complexitatea sa, pe baza abordărilor majore din literatura de specialitate; ✓ conturarea unor metodologii coerente de elaborare, implementare și evaluare a strategiilor de firmă în condițiile tranziției la economia de piață; ✓ proiectarea și elaborarea instrumentelor analitice ale studiului macromediului; ✓ Analiza SWOT a întreprinderii
-----------------------	--

7. Conținutul unității de curs/modulului

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica prelegerilor		
T1. Introducere în cursul „Managementul strategic”. Conceptele de strategie, management strategic și politica organizației	2	2
T2. Etapele managementului strategic	2	
T3. Termeni cheie în managementul strategic	2	2
T4. Misiunea și viziunea organizației	4	
T5. Analiza mediului extern	4	2
T6. Analiza mediului intern	4	2
T7. Strategii de performanță	4	2
T8. Strategii de business	4	
T9. Strategii de competiție	4	2
Total	30	12

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica lucrărilor de laborator/seminarelor		
LP1. Conceptul de strategie. Management strategic definit	2	2
LP2. Formularea și implementarea strategiei. Evaluarea strategiei, modelul de management strategic	2	
LP3. Managerii de strategie, politicile organizației, avantajele managementului strategic	2	2
LP4. Viziunea firmei, angajamentul față de viziunea firmei. Misiunea organizației, procesul elaborării declarației misiunii firmei	2	
LP5. Caracteristicile și componentele misiunii firmei	2	1
LP6. Mediul extern general. Mediul extern competițional	2	1
LP7. Grupuri strategice. Resursele organizației	2	1
LP8. Competențele și capacitățile organizației. Analiza lanțului valoric	2	
LP9. Elaborarea și implementarea strategiilor. Analiza SWOT	2	1
LP10. Strategii de eficiență. Strategii de inovare	2	1
LP11. Strategia liderului de cost. Strategia diferențierii	2	1
LP12. Strategia focalizării	2	1
LP13. Strategia de investiții	2	

LP14. Strategii în industrii fragmentate	2	1
LP15. Realizarea unui lanț de companii similare	2	
Total seminare:	30	12

8. Referințe bibliografice

Principale	1.O.Niculescu. Management. București, 1999. 286 p. 2. Ion Popa. Management strategic. București, 2004 . 323 p. 3. Mihail Țițu, Constatntin Oprea. Management strategic. Pitești, 2007.279 p. 4. O.Niculescu. Strategii manageriale de firmă. București, 2007. 434p. 5. G.Luca. Management industrial – Bazele managementului general. Iași, 1996. 434 p. 6. L.Ciociu. Management strategic. Iași,1998. 82 p. 7. Eugen Burduș. Management. București, 2005. 252 p. 8. Panainte Nica, Aurelian Iftimescu. Management. Iași, 2004. 423 p. 9. Ioan Ciobanu. Management strategic. Iași, 1998. 308 p. 10.I.Ansoff, E.McDonnel. Implanting Strategic Management. Prentice Hall, 1990. 11.O.Niculescu. Diagnostic global strategic. București, 1997. 398 p.
Suplimentare	1. M.E.Porter. Choix strategique et concurrence. Economica, Paris, 1990

9. Evaluare

Curentă		Lucrare de an	Examen final
Atestarea 1	Atestarea 2		
30%	30%	-	40%
40%		-	60%
Standard minim de performanță			
Prezența și activitatea la prelegeri și lucrări practice; Obținerea notei minime de „5” la fiecare dintre atestări; Obținerea notei minime de „5” la examenul final;			