

**PROGRAMA ANALITICA**

Denumirea disciplinei	<b>MANAGEMENT STRATEGIC</b>			
-----------------------	-----------------------------	--	--	--

Codul disciplinei	Semestrul	2	Numărul de credite	8
-------------------	-----------	---	--------------------	---

Facultatea	FACULTATEA DE MANAGEMENT TURISTIC ȘI COMERCIAL				
Domeniul	Administrarea afacerilor	Tota 1	C	S	
Programul de master	<b>Administrarea și negocierea în afaceri</b>	42	28	14	- -

Categoria formativă a disciplinei DF-fundamentală, DG-generală, DS-de specialitate, DE – economică/managerială, DU-umanistă	D.F.
Categoria de opționalitate a disciplinei: DI-impusă, DO-opțională (la alegere), DL-liber aleasă (facultativă)	

Discipline Anterioare	Obligatorii (condiționate)	Management
	Recomandate	

Obiective	Insusirea notiunilor de baza de management al comunicarii Formarea unui limbaj de specialitate Dezvoltarea unei viziuni de ansamblu asupra sistemelor comunicationale
Conținut (descriptori)	<p><b>Cap. I. Managementul strategic-continut, trasaturi, importanta</b>                  Definirea si continutul managementului strategic                  Niveluri strategice                  Avantajele aplicarii managementului strategic</p> <p><b>Cap. II. Elemente teoretice privind strategiile și managementul strategic</b>                  Elemente teoretico-metodologice ale strategiilor și managementului strategic                  Tipuri ale strategiei manageriale                  Metodologia de elaborare a strategiilor                  Rolul strategiilor de management în eficiența firmelor</p> <p><b>Cap. III. Managementul strategic al firmelor</b>                  Noțiuni generale despre management                  Etimologia și semnificația conceptului de management                  Specificul managementului                  Management strategic în comerț și turism                  Tipuri de societăți</p> <p><b>Cap. IV. Funcțiile de bază ale managementului strategic</b>                  Considerații generale cu privire la funcțiile managementului                  Conținutul funcțiilor procesului managerial                  Funcțiile serviciilor                  Conceptul de servicii</p>

	<p><b>Cap. V. Stiluri de conducere</b>  Eficientizarea stilului propriu de conducere-tipuri de manageri  Metodele moderne de management  Managementul strategic-faze și metode de dezvoltare</p> <p><b>Cap. VI. Strategii de dezvoltare a sectorului terțial</b>  Serviciile publice, componentă a sistemului terțial  Tipologia serviciilor  Noțiunea de serviciu și principalele cerințe pe care trebuie să le îndeplinească un serviciu</p> <p><b>Cap. VII. Diagnosticul potențialului afacerilor</b>  Criterii de diagnosticare  Abordarea diagnosticului potențial în comerț și turism  Estimarea factorilor de inflație  Poziționarea firmelor pe piața de desfacere  Strategii de creșteri, restrângere, distribuție –tipologia strategiilor promoționale</p> <p><b>Cap. VIII. Managementul socio economic al serviciilor</b>  Servuția și oferte de servicii  Natura socio-economică a serviciilor  Determinarea calității serviciilor  Principalii factori determinanți ai percepției calității serviciului</p> <p><b>Cap. IX. Politici de strategie europene si nationale</b>  Grupuri strategice  Metode de analiza cantitativa si calitativa  Strategii de dezvoltare</p> <p><b>Cap. X. Model de management strategic pentru organizatiile romanesti  prezentarea modelului de management strategic</b>  Continutul si caracteristicile modelului de management strategic  Avantajele si limitele modelului de management strategic</p> <p><b>Cap. XI. Managementul strategic in conditiile economiei bazate pe cunostinta</b>  Societatea cunoasterii  Economia bazata pe cunostinte  Firma bazata pe cunostinte  Managementul strategic in conditiile economiei bazate pe cunostinte</p> <p><b>Cap. XII. Elaborarea modelului de management strategic</b>  Formularea misiunii firmei  Precizarea obiectivelor strategice  Stabilirea obtinurilor strategice  Dimensionarea resurselor necesare  Fixarea termenelor initiale si finale de realizare a obiectivelor  Stabilirea avantajului competitiv  Articularea strategiei globale  Stabilirea strategiilor pe domenii (strategii partiale)  Formularea politicii globale si a politicilor partiale ale firmei  Articularea modelului de management strategic</p>
--	--

Forma de evaluare (E-examen, C –colocviu/test final, LP – lucrări de control)		
Stabilirea notei finale	- răspunsurile la examen/colocviu/lucrari practice	70%
	- activitati aplicative atestate /laborator/lucrări practice/proiect etc	30%

(procentaje)	- teste pe parcursul semestrului	
	- teme de control	
Bibliografia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Florea Vlad, <i>Abordări conceptuale privind managementul firmei de comerț și turism</i>, Ed. Eurostampa, Timișoara, 2007</li> <li>2. Florea Vlad, <i>Managementul serviciilor</i>, Ed. Eurostampa, Timișoara, 2008</li> <li>3. Florea Vlad, <i>Proiecte economice-instrument managerial de planificare a afacerilor în comerț și turism</i>, Ed. Eurostampa, Timișoara, 2008</li> <li>4. Radu Emilian, <i>Managementul serviciilor</i>, Ed. Expert, București 2000</li> <li>5. I Popa, <i>Management strategic</i>, Ed. Economica, Bucuresti 2004</li> <li>6. I. Popa, <i>Ghid de realizarea strategiei</i>, Ed. ASE, Bucuresti, 2004</li> <li>7. O. Nicolaescu, I. Verboncu, <i>Managementul organizatiei</i>, Ed. Ec. Bucuresti, 2007</li> </ol>	
Lista materialelor didactice necesare		

<b>Coordonator de disciplină</b>	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
	<b>Conf. dr. Sava Cipriana</b>	

**Legendă: C- curs, S – seminar, LA – lucrări aplicative**

[http://www.rsm.nl/home/students/masters/student\\_info\\_2009/curriculum/strategic](http://www.rsm.nl/home/students/masters/student_info_2009/curriculum/strategic)  
<http://faculty.london.edu/mjacobides/jacobides1.htm>