



UNIVERSITATEA VALAHIA DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT MARKETING

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Valahia din Târgoviște
1.2 Facultatea/Departamentul	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Management - Marketing
1.4 Domeniul de studii	Managementul organizației
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii/Calificarea	Managementul organizației

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Managementul organizației și strategii manageriale						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Ion Stegaroiu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Prof. univ. dr. Ion Stegaroiu						
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Ex	2.7 Regimul disciplinei	Ob

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studii după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					28
Tutoriat					28
Examinări					18
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					144
3.9 Total ore pe semestru					200
3.10 Numărul de credite					8

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Comportament organizational, Strategii și politici macroeconomice, Managementul schimbării, Jocuri de întreprindere
4.2 de competențe	Limbă străină, Informatică economică

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu: ✓ Videoproiector ✓ Tablă/flipchart ✓ În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro) și a platformelor de videoconferințe Microsoft Teams, Zoom etc. ✓ Orele de curs au un caracter interactiv accentuat și constau în dezbateri problematice cuprinse în programa analitică comunicată masteranzilor, fapt ce prespune parcurgerea de către masteranzi a bibliografiei recomandate. ✓ Masteranzii se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile închise ✓ Nu va fi acceptată întârzierea masteranzilor la curs
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar dotată cu: ✓ Videoproiector ✓ Tablă/flip-chart ✓ În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro) și a platformelor de videoconferințe Microsoft Teams, Zoom etc.

	✓ Masteranzii se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise ✓ Nu va fi acceptată întârzierea masteranzilor la seminar
--	---

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1. Administrează indicatorii de evaluare ai proiectului C5. Integrează fundamentul strategic în activitatea curentă C8. Identifică indicatori-cheie de performanță C19. Monitorizează politica companiei
Competențe transversale	CT1. Construiește spirit de echipă

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	1. Formarea și dezvoltarea unor aptitudini analitice și de prezentare care să permită masteranzilor formularea unor decizii privind strategiile care sunt oportune în contextul globalizării a organizațiilor
7.2 Obiectivele specifice	1. Folosirea resurselor și competențelor unei firme pentru crearea valorii și dobândirea avantajului competitiv organizațional 2. Înțelegerea aspectelor pe care le comportă elaborarea unei strategii organizaționale. 3. Cunoașterea deciziilor care stau la baza încheierii alianțelor strategice la nivel global, respectiv a fuziunilor și achizițiilor globale.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Organizațiile – o categorie eterogenă. Noțiuni, caracteristici 1.1. Definirea conceptului de organizație 1.2. Diversitatea noțiunii de organizație 1.3. Caracteristicile organizației 1.4. Modul de funcționare a unei organizații	Flipchart, videoproiector	2h
2. Organizația ca sistem deschis 2.1. Abordarea sistemică a organizației 2.2. Organizația văzută ca o mașină 2.3. Organizația ca organism viu 2.4. Organizația văzută ca o cultură 2.5. Organizația văzută ca un creier 2.6. Organizația ca sistem politic 2.7. Organizația văzută ca o închisoare mentală psihică 2.8. Organizația ca instrument de dominare 2.9. Organizația ca sistem de roluri 2.10. Organizația ca un flux și un loc de transformare 2.11. Cele șapte imagini de organizație 2.12. Niveluri de analiză ale organizației 2.13. Critica teoriei metaforelor în organizare	Flipchart, videoproiector	2h
3. Clasificarea organizațiilor 3.1. Probleme generale 3.2. Clasificarea organizațiilor funcție de relațiile acestora cu mediu 3.3. Clasificări combinate 3.4. Tipuri moderne de organizație	Flipchart, videoproiector	2h
4. Structura organizatorică a întreprinderii 4.1. Definirea conceptului de structură organizatorică 4.2. Proiectarea structurilor organizatorice 4.3. Organigrama 4.4. Organizarea formală și organizarea informală	Flipchart, videoproiector	2h
5. Elementele de bază ale structurii organizatorice 5.1. Specializarea muncii 5.2. Coordonarea 5.3. Formalizarea 5.4. Centralizarea și descentralizarea 5.5. Departamentalizarea 5.6. Evantaiul subordonării (diapazonul controlului) 5.7. Diferențierea 5.8. Integrarea 5.9. Diversificarea – noțiuni, variante, evoluție 5.10. Autoritatea și responsabilitatea 5.11. Delegarea autorității	Flipchart, videoproiector	2h
6. Fundamente ale strategiei. Strategii 6.1. Noțiunea de strategie 6.2. De la strategia militară la strategia de afaceri	Flipchart, videoproiector	2h

6.3. Tipurile de strategii din punctul de vedere al proceselor de elaborare		
6.4. Abordarea prin conținut și abordarea prin procese		
7. Fundamente ale strategiei. Segmentarea strategică – fundament al analizei strategice 7.1. Noțiunea de segment strategic 7.2. Segmentarea strategică și regulile care stau la baza acesteia 7.3. Etapele procesului de segmentare strategică 7.4. Metodele de segmentare strategică 7.5. Criteriile de segmentare strategică 7.6. Deosebirile dintre segmentarea strategică și segmentarea de marketing 7.7. Utilitatea și limitele segmentării strategice	Flipchart, videoproiector	2h
8. Fundamente ale strategiei. Procesul strategic 8.1. Natura și etapele procesului strategic 8.2. Analiza strategiei curente și a situației economico-financiare prezente a întreprinderii 8.3. Elaborarea variantelor strategice 8.4. Alegerea variantei strategice optime. Criterii de evaluare a variantelor strategice 8.5. Realizarea strategiei	Flipchart, videoproiector	2h
9. Instrumentele folosite în fundamentarea deciziilor strategice 9.1. Avantajul concurențial 9.2. Curba de experiență și implicațiile sale strategice 9.3. Lanțul de valoare-sursă de avantaj concurențial	Flipchart, videoproiector	2h
10. Prezentarea nivelurilor de elaborare a strategiei 10.1. Nivelurile ierarhice și responsabilitățile ce revin acestora cu privire la elaborarea strategiilor 10.2. Strategia corporativă la nivelul întreprinderii 10.3. Strategiile la nivelul unităților strategice de afaceri 10.4. Strategia funcțională 10.5. Strategia operațională	Flipchart, videoproiector	2h
11. Strategii la nivelul întreprinderii: strategii corporative 11.1. Strategii corporative într-o întreprindere multiunități strategice de afaceri (întreprindere multiprodus) 11.2. Matricele de analiză a portofoliului de activități 11.3. Metode de analiză multicriterială 11.4. Matricele tehnologice 11.5. Grapele tehnologice	Flipchart, videoproiector	2h
12. Strategii la nivelul unității strategice de afaceri(UAS), domeniului strategic de activitate (DSA) 12.1. Strategii concurențiale 12.2. Strategii adaptive 12.3. Ciclul de viață al unui sector de activitate	Flipchart, videoproiector	2h
13. Modalități de dezvoltare a întreprinderilor: creșterea internă și externă 13.1. Strategii de expansiune și de diversificare: Matricea Ansoff 13.2. Crearea unei noi divizii autonome (internal new venture) 13.3. Alianțele strategice 13.4. Parteneriatele 13.5. Francizele 13.6. Licența 13.7. Fuziunile 13.8. Achizițiile 13.9. Alegerea modalităților de creștere externă, de intrare pe o piață străină	Flipchart, videoproiector	2h
14. Strategii internaționale 14.1. Noțiunea de internaționalizare a întreprinderilor 14.2. Factorii de internaționalizare și oportunitatea internaționalizării 14.3. Diagnosticarea poziției internaționale 14.4. Modalități de internaționalizare a întreprinderilor 14.5. Avantajele și inconveniente diferitele modalități de internaționalizare 14.6. Eficacitatea globală și adaptarea locală – elemente de bază în	Flipchart, videoproiector	2h

formularea strategiilor internaționale		
14.7. Avantajul concurențial național. Diamantul lui Porter		
Bibliografie 1. Brandenburger, A.M., Nallebuf, B.J., „Co-opetition”, Currency Doubleday, 2011. 2. Burduș, E., Popa, I., „Metodologii manageriale”, Ed. Pro Universitaria, București, 2014. 3. Chan Kim W., Mauborgne Renée, „Blue Ocean Strategy”, Harvard Business School Press, 2015. 4. Dibiagio, L., Meschi, P-X., «Le management dans l'économie de la connaissance», Pearson, 2010. 5. Duică, A., Duică, M. C., „Organizational implications of the cost domination strategy”, Valahian Jurnal of Economic Studies, Târgoviște, 2014. 6. Magretta, J., „Comprendre Michael Porter, Concurrence. Stratégie”, Eyrolles, Paris, 2012. 7. Mariotti, S., Glackin, C., „Antreprenoriat - Lansarea și administrarea afacerilor”, Bizzkit, București, 2012. 8. Petrescu M., Stegăroiu I., Năbârjoiu N., Duică A., Duică M. C., Popa E. - „Managementul schimbării și riscului”, Editura Bibliotheca, Târgoviște, 2010. 9. Popa, I., „Management strategic”, Editura Economică, București, 2004. 10. Spender, J.-C., „Business Strategy: Managing Uncertainty, Opportunity, and Enterprise”, University Press Oxford, 2014 11. Vagu Paraschiv, Stegăroiu Ion, Croitoru Gabriel, Duică Anișoara, Duică Mircea „Strategii manageriale”, Editura ProUniversitaria, 2014. 12. Vagu Paraschiv, Stegăroiu Ion, Croitoru Gabriel, Duică Anișoara, Duică Mircea „Tratat de Management General. Școlile de Management”, vol. 1, 2013. 13. Vagu Paraschiv, Stegăroiu Ion, Croitoru Gabriel, Duică Anișoara, Duică Mircea „Tratat de Management General. Planificare strategică”, vol. 2 *, 2013.		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Întocmirea un proiect de management strategic: Realizarea profilului firmei/organizației pentru care se va realiza planul de management strategic	Problematizarea, Expunerea, Prezentarea, Lecturarea Studiu de caz	4h
Rolul resurselor și competențelor firmelor în adăugarea valorii: lanțul valorii și sistemul valorii		
Întocmirea un proiect de management strategic: Analiza stării actuale a firmei/organizației	Problematizarea, Expunerea, Prezentarea, Lecturarea Studiu de caz	4h
Analiza puterii stakeholderilor. Influența acestora asupra procesului de management strategic.		
Întocmirea un proiect de management strategic: Elaborarea/actualizarea direcțiilor de acțiuni strategice pentru creșterea competitivității firmei/organizației pentru următorii 5 ani	Problematizarea, Expunerea, Prezentarea, Lecturarea Studiu de caz	4h
Explorarea mediului concurențial. Fundamentele mediului strategic.		
Întocmirea un proiect de management strategic: Definirea viziunii, misiunii și obiectivelor pe termen lung și scurt	Problematizarea, Expunerea, Prezentarea, Lecturarea Studiu de caz	4h
Analiza colaborărilor din mediu. Analiza unuia sau mai multor concurenți direcți		
Întocmirea un proiect de management strategic: Elaborarea, analiza și selecția alternativelor strategice pentru firmă/organizație	Problematizarea, Expunerea, Prezentarea, Lecturarea	4h
Întocmirea un proiect de management strategic: Detalierea formală a strategiilor optime și planificarea strategică a afacerii pentru următorii 5 ani	Problematizarea, Expunerea, Prezentarea, Lecturarea	4h
Întocmirea un proiect de management strategic: Monitorizarea planului strategic de dezvoltare și eventuale corecții necesare		4h
Bibliografie: 1. Boisvert, H., „L' analyse comparative des processus d'affaires: gerer la paye”, ERPI, 2004. 2. Brandenburger, A.M., Nallebuf, B.J., „Co-opetition”, Currency Doubleday, 2011. 3. Burduș, E., Popa, I., „Metodologii manageriale”, Ed. Pro Universitaria, București, 2014. 4. Chan Kim W., Mauborgne Renée, „Blue Ocean Strategy”, Harvard Business School Press, 2015. 5. Dibiagio, L., Meschi, P-X., «Le management dans l'économie de la connaissance», Pearson, 2010. 6. Duică, A., Duică, M. C., „Organizational implications of the cost domination strategy”, Valahian Jurnal of Economic Studies, Târgoviște, 2014. 7. Magretta, J., „Comprendre Michael Porter, Concurrence. Stratégie”, Eyrolles, Paris, 2012. 8. Mariotti, S., Glackin, C., „Antreprenoriat - Lansarea și administrarea afacerilor”, Bizzkit, București, 2012. 9. Petrescu M., Stegăroiu I., Năbârjoiu N., Duică A., Duică M. C., Popa E. - „Managementul schimbării și riscului”, Editura Bibliotheca, Târgoviște, 2010. 10. Spender, J.-C., „Business Strategy: Managing Uncertainty, Opportunity, and Enterprise”, University Press		

Oxford, 2014

11. Vagu Paraschiv, Stegăroiu Ion (coordonatori) Croitoru Gabriel, Duică Anișoara, Duică Mircea „Strategii manageriale”, Editura ProUniversitaria, 2014.
12. Vagu Paraschiv, Stegăroiu Ion (coordonatori) Croitoru Gabriel, Duică Anișoara, Duică Mircea „Tratat de Management General. Școlile de Management”, vol. 1, 2013.
13. Vagu Paraschiv, Stegăroiu Ion (coordonatori) Croitoru Gabriel, Duică Anișoara, Duică Mircea „Tratat de Management General. Planificare strategică”, vol. 2 *, 2013.

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

În vederea schițării conținutului, alegerii metodei de predare/învățare titularul disciplinei s-a întâlnit cu specialiști în domeniul managementului strategic. De asemenea, a discutat și cu alte cadre didactice din domeniu, titulare în departamentul facultății. Întâlnirea a vizat identificarea nevoilor și așteptărilor angajatorilor din domeniu și coordonarea cu alte programe similare din cadrul masterului.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea terminologiei utilizate în Managementul organizației și strategii manageriale.	Examen	60%
	Capacitatea de utilizare adecvată a noțiunilor din Managementul organizației și strategii manageriale.		
	Capacitatea de a construi tipurile de argumente pro și contra studiate		
10.5 Seminar/laborator	Însușirea problematicei tratate la curs și seminar;	Prezentare portofoliu	40%
	Capacitatea de a utiliza corect metodele, modelele și testele de gândire critică parcurse;		
	Identificarea structurii argumentative a unei situații dilematice;		
	Evaluarea argumentelor proprii sau susținute de alții;		
	Capacitatea de a construi tipurile de argumente pro și contra studiate;		
10.6 Standard minim de performanță			
Cunoașterea în linii mari a principalelor concepte folosite în cadrul disciplinei Managementul organizației și strategii manageriale aplicate ca disciplină de studiu; Capacitatea de a dezvolta o strategie specifică mediului global de business; Cunoștințe minime teoretice, înțelegerea fenomenelor și proceselor strategice în esența lor. Prezenta la curs și seminar de minim 70%			

Data completării
10.09.2024

Semnătura titularului de curs
Prof. univ. dr. Ion Stegăroiu

Semnătura titularului de seminar
Prof. univ. dr. Ion Stegăroiu

Data avizării în departament
26.09.2024

.....
Semnătura directorului de departament
Lect. univ. dr. Violeta Andreea Andreiana