descrierea disciplinei

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **I.** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Instituția** | | | Universitatea Creștină Partium | | | | | | | | | | | | |
| **Departament** | | | Facultatea de Științe Economice și Sociale | | | | | | | | | | | | |
| **Specializarea** | | | Management | | | | | | | | | | | | |
| **Disciplina** | | | Stratégiai tevezés menedzsmentje, Management strategic în afaceri MDA1104 | | | | | | | Tipul disciplinei | | | | | |
| DF | | SN | DS | | DC |
|  | | X |  | |  |
| **II.** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | **Structura disciplinei (ore pe săptămână)** | | | | | | | | | | |
| Semestre | | Număr credite | | | Curs | Seminar | | | Practică | | | | Proiect | | |
| 1 | | 8 | | | 2 | 2 | | | - | | | | - | | |
| **III.** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Tipul disciplinei** | | | | obligatoriu | | | | opțional | | | | facultativ | | | |
|  | | | | X | | | |  | | | |  | | | |
| **IV.** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Responsabil materie** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | curs | | | seminar | | | | practică | | | proiect | |
| **Nume, prenume** | | | | Prof. Dr. Nábrádi András | | | Dr. Lakatos Artur | | | |  | | |  | |
| **Instituția** | | | | PKE-GTK | | | PKE-GTK | | | |  | | |  | |
| **Departament** | | | | management | | | management | | | |  | | |  | |
| **Grad științific** | | | | CSc, PhD | | | PhD | | | |  | | |  | |
| **Grad didactic** | | | | Profesor universitar, MBA | | | Adjunkt universitar | | | |  | | |  | |
| **Clasificare permanent/asociat)** | | | | Permanent | | | Permanent | | | |  | | |  | |
| **Vârsta** | | | | 67 | | |  | | | |  | | |  | |
| **V.** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Obiectivele disciplinei**   1. **Obiective generale:** Obiectivul materiei este ca la finele cursurilor studentul să cunoască principalele domenii ale strategiei, respectiv metodele planificării strategice.   **Competențe cognitive:** Studentul va dobândi cunoștințe de bază în strategie, prin urmare va înțelege metodologia planificării strategice corporative, va putea utiliza metodele speciale și cele mai performante de analiză. Tematica cursurilor se vor axa asupra a trei obiective principale: 1. Procedura planificării strategice, metode specifice; 2. Introducerea strategiei, organizarea, comanda și coordonarea echipei; 3. Supravegherea procedurii de introducere a strategiei. Cunoașterea și înțelegerea celor mai noi trenduri și realizări în domeniul planificării strategice.  **Competențe profesionale:** Să înțeleagă și să cunoască importanța noțiunilor de misiune și viziune, mediul intern și extern al afacerii, metodele de analize ale mediului de afaceri, respectiv metodele de analiză a concurenței.  În urma analizelor efectuate va înțelege și va cunoaște direcțiile dezvoltării strategice ale companiei: defensivă, ofensivă și intensivă.  Să înțeleagă limitele și avantajele utilizării analizelor strategice, avantajele și dezavantajele lor.  Să poată utiliza metodele prezentate pentru a efectua o analiză de mediu (interior și exterior) al unei companii, identifică posibilele direcții strategice, alege strategie posibil cea mai adecvată pentru viitoarea dezvoltare a companiei, respectiv înțelege procesul de introducere și supraveghere a strategiei.  **Competențe afectiv-valorice :** În urma cursului, studentul care dispune de cunoștințe adecvate în domeniul economico-administrativ, respectiv înțelege și cunoaște abordările strategice contemporane, după absolvirea cursului va putea să înțeleagă și să interpreteze rezultatele analizelor strategice efectuate, informațiile nou apărute, respectiv își va putea mări cunoștințele economice. Prin urmare, absolventul cursului va stăpâni niște cunoștințe de bază în domeniul economic, care îl vor ajuta să-și împlinească sarcinile profesionale într-un mod eficient. | | | | | | | | | | | | | | | |
| **VI.** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Conținutul materiei** | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | **VI.1. Cursuri** | | | | | | | | | Număr ore | | | | | |
| Săpt  1. | **Tematica:** Noțiunea strategiei, domeniile strategiei , diferențele între plan și strategie, procesele de suprapunere în strategie  **Cuvintele cheie:** Strategie, plan, caracteristici specifice  **Bibliografie:** Nábrádi A.-Pupos T. (editor). A stratégiai és az üzleti tervezés gyakorlata. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 2010. Pag.10-22, Nábrádi A. (editor) A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022. Pag.7-25. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt2. | **Tematica:** Analize strategice, formularea misiunii și viziunii  **Cuvintele cheie:** misiune, viziune  **Bibliografie:** Nábrádi A. (editor) A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022. Pag.26-36. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt3. | **Tematica:** Analiza mediului extern (macromediu) a companiei, analiza PEST  **Cuvintele cheie:** Macromediu, analiza PEST  **Bibliografie:** Nábrádi A. (editor) A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022. pag.36-43. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt4. | **Tematica:** Analiza mediului extern (micromediu) a companiei, Cele cinci forțe ale lui Porter, Matricea de evaluare a factorilor externi (MEFE)  **Cuvintele cheie:** Cele 5 forțe, MEFE  **Bibliografie:** Nábrádi A. (editor) A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022. pag.43-56. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| săpt5. | **Tematica:** Evaluarea factorilor interni ale companiei, abordarea firmei pe baza resurselor, abordare prin factori interni cheie, analiza lanțului valoric.  **Cuvintele cheie:** analizeRBV, FIC, VCA  **Bibliografie:** Nábrádi A. (editor) A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022. pag. 56-71. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| săpt6. | **Tematica:** Determinarea procesului de calcul la Matricea de evaluare a factorilor interni  **Cuvintele cheie:** Matricea MEFI  **Bibliografie:** Nábrádi A. (editor) A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022. pag.71-74. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| săpt7. | **Tematica:** Analiza competitorilor, constituirea teroretică a Competitive Profile Matrix (matricea profilului competitiv) analiza rezultatelor obținute cu ajutorul diagramei pânză de păianjen.  **Cuvintele cheie**: CPM, Diagrama pânză de păianjen  **Bibliografie:** Nábrádi A. (editor) A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022. pag.74-78. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| săpt8. | **Tematica:** Determinarea posibilelor direcții strategice, metodologie și bazele lor teoretice.  **Cuvintele cheie:** matriceBCG, SPACE, IE  **Bibliografie:** Nábrádi A. (sditor) A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022. pag.79-91. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| săpt9. | **Tematica:** Analiza obiectivelor strategice pe termen lung  **Cuvintele cheie:** matricea TOWS mátrix, metoda diagramei arbore, strategii generice  **Bibliográfia:** Nábrádi A. (editor) A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022. pag.91-115. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| săpt10. | **Tematica:** Strategii ofensive  **Cuvintele cheie:** Strategii de colaborare  **Bibliográfia:** Nábrádi A.(editor) A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022. pag.115-141. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| săpt11. | **Tematica:** Strategii intensive, adâncirea stucturii pieței- metode de promovare a vânzărilor, dezvoltarea pieței, dezvoltare produse, diversificare asociată sau fără legătură.  **Cuvintele cheie:** Strategii intensive, diversificare  **Bibliográfia:** Nábrádi A.(editor): A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022. pag.141-151. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt12. | **Tematica:** Strategii defensive, limitări, reorganiazre, deconectare, vânzări parțiale, desființare, lichidare, avantaje, dezavantaje, limite. Constituirea Matricei Planificării Strategice Qvantitative (Quantitative Strategic Planning Matrix), utilizări posibile.  **Cuvintele cheie:** Strategie defensivă, matricea QSPM.  **Bibliografie:** Nábrádi A.(editor): A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022. pag.151-158. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt13. | **Tematica:** Realizarea strategiei  **Cuvintele cheie:** Realocare resurse, cultura întreprinderii  **Bibliografie:** Nábrádi A.(editor): A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022. pag.158-163. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt14. | **Tematica:** Verificarea realizărilor după noile implementări strategice  **Cuvintele cheie:** DiagramaGantt  **Bibliografie:** Nábrádi A.(editor): A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022. pag.163-168. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| **VI.2.** | | | | | | | | | |  | | | | | |
|  | VI. B. Seminarii | | | | | | | | | Număr ore | | | | | |
| Săpt 1. | **Tematica:** Cunoașterea și întelegerea diferențelor între planificare tradițională și planificare strategică, prin fazele planificărilor se acomodează cu specialitățile tematicii.  **Sarcinile studentului: -** | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt2. | **Tematica:** Cunoașterea și înțelegerea procedurii de elaborare a misiunii corporatiste, valori și așteptări in cadrul organizațiilor, particularități în formularea viziunii.  **Sarcinile studentului:** Formularea misiunii personale, iar în urma cunoștințelor dobândite la curs, pentru o companie liber aleasă, va alcătui misiunea și viziunea acesteia. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt3. | **Tematica:** Prin cunoașterea și înțelegerea regulilor de bază necesare efectuării analizei PEST (analiza macromediului politic, economic, socio-cultural și tehnologic), va putea efectua analiza teoretică a mediului macro la compania liber aleasă.  **Sarcinile studentului:** Să descopere legăturile și posibile schimbări în medium macro a companiei, care pot afecta industria companiei alese, și pot avea influențe asupra misiunii și viziunii definite deja. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt4. | **Tematica:** Folosind metoda celei cinci forțe al lui Porter, va întelege metodologia analizei mediului extern a companiei (micromediu), prin utilizarea matricei MEFE, elementele înșirate devin standardizate, măsurabile, devenind mai ușor interpretabile efectele lor posibile.  **Sarcinile studentului:**  Folosind metoda celei cinci forțe al lui Porter, să analizeze mediul extern al companiei (micromediu) liber alese, modalități de alcătuire a matricei MEFE. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt5. | **Tematica:** Prin folosirea celor trei metode diferite privind analiza mediului intern al companiei, se vor putea identifica pentru cele mai diferite sectoare industriale factorii relevanți, asigurând obiectivitatea rezultatelor.  **Sarcinile studentului:**  Pentru întocmirea matricei MEFE, se vor căuta 10-10 factori de oportunități respectiv amenințări. Analiza lor se va efectua prin comparația în perechi, urmărind îndrumările și instrucțiunile profesorului. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt6. | **Tematica:** Prin utilizarea matricei MEFI, elementele înșirate in matrice devin standardizate, măsurabile, fiind mai ușor interpretabile efectele lor heterogene.  **Sarcinile studentului:**  Enumerarea factorilor interni relevanți pentru companie, identificarea punctelor forte și punctelor slabe, în urma căreia se va întocmi matricea MEFI. Analiza lor se va efectua prin comparația în perechi. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt7. | **Tematica:** Pentru analizarea concurenților se va folosi The Consumer Satisfaction Index, respectiv concluziile rezultate în urma analizei acesteia. Urmează metoda matricei CPM, astfel fiind posibil o analiză pe baze obiective, standardizată și măsurabilă.  **Sarcinile studentului:**  După însușirea regulilor de alcătuire unei matrice CPM, se va proceda la alcătuirea lui pentru compania aleasă. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt8. | **Tematica:** În cadrul companiei, în divizii diferite, diverse direcții strategice se vor contura. Acestea pot să difere între ele elementar, decizia însă se referă la maximalizarea rezultatelor prin utilizarea resurselor cât mai optimale.  **Sarcinile studentului:**  Să identifice posibilele direcții strategice, folosind matricea SPACE si BCG. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt9. | **Tematica:** Se vor prezenta diverse metode pentru identificare direcțiilor strategice, în urma cărora pot fi dizolvate tensiunile dintre divizii sau sectoare. Prin metodele de analiză bazate pe principii diferite, direcțiile strategice vor căpăta baze obiective.  **Sarcinile studentului:**  Cu ajutorul matricei IE se conturează direcția strategică a companiei. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt10. | **Tematica:** Va cunoaște și va înțelege diferența între viziune și planificare strategică pe termen lung. Va cunoaște elementele de legătură a obiectivelor interne și externe. În cadrul strategiei ofensive va cunoaște și va înțelege avantajele și limitările intergrării verticale.  **Sarcinile studentului:**  Studiu de caz al companiei alese a obiectivelor pe termen lung. Folosirea matricei TOWS. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt11. | **Tematica:** Prin folosirea abordării Ansoff, va înțelege și cunoaște noțiunile de bază a pieței de produse. În urma cunoașterii celor 16 metode de promovare a vânzării, respectiv modalitățile, avantajele și pericolele dezvoltării pieței și produsului, va putea identifica strategiile intensive.  **Sarcinile studentului:** Lucrând singur sau în echipă, se iau toate metodele de promovare a vânzării pentru compania aleasă, după care se vor alege metodele cele mai viabile și productive pentru companie, eventualele dezvoltări de produse și/ori piață. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt12. | **Tematica:** Elementul cheie al deciziei strategice, este ce să nu facem. Dacă acest lucru ne este posibil, atunci se va trece la reducerea corporativă, elaborat de la etapă la etapă. Cu ajutorul matricei QSPM devine posibile cele mai bune alegeri dintre obiectivele diferite, dar care arată în aceeași direcție,  **Sarcinile studentului:**  Posibile utilizări de restructurări, elaborarea și interpretarea matricei QSPM. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt13. | **Tematica:** După alegerea strategiei, se procedează la planificarea logică privind introducerea acesteia în corporație. În cadrul acest proces se va pune accent pe organizare, teambuiding și motivare, subliniind necesitatea acestora.  **Sarcinile studentului:**  Ce tipuri de factori motivaționale stau la dispoziția corporației în cadrul procesului de introducere a noii strategii, care pot fi folosite cu succes în cazul organizației alese. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| Săpt14. | **Tematica:** Schimbările produse în cadrul factorilor interni și externi presupune verificarea permanentă a noului proces strategic respectiv auditarea acesteia. Cu ajutorul diagramei Gant întregul proces devine mai clar, se pot propune modificări în cazul în care procesul de implementare întâmpină greutăți, pentru ca strategia aleasă pe termen lung să devină într-adevăr unul de succes/  **Sarcinile studentului:**  Crearea diagramei Gant, interpretarea acesteia. | | | | | | | | | 2 | | | | | |
| **VII. Bibliografie generală** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Obligatoriu**  1. Nábrádi A.(editor): A stratégiai tervezés XXI. századi gyakorlata, Partium Kiadó, 2022.  **Recomandat:** (studenții vor primi in format pdf literatura recomandată)  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. (editor, 2018) A stratégiai tervezés gyakorlata, Debreceni Egyetem, 1-178. p.  4. Nábrádi A.-Pupos T. (editor). A stratégiai és az üzleti tervezés gyakorlata. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 2010. | | | | | | | | | | | | | | | |
| **VIII.** | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Forme de activități** | | | | **Metode didactice** | | | | | | | | | | | |
| **Curs** | | | | Prezentare PPT, clarificarea noțiunilor bază | | | | | | | | | | | |
| **Seminarii** | | | | Studii de caz, prin interpretarea problemelor practice se ajunge la cunoașterea aprofundată a domeniului, elaborarea de pas cu pas a planului strategic pentru organizația aleasă de student sau echipă. | | | | | | | | | | | |
| IX. | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Forma evaluării** | | | | **Evaluare**  **(probă scrisă, scris și oral, oral, test grilă, exercițiu, altele)** | | | | | | | **Procent din nota finală** | | | | |
| **Examen** | | | | Pe baza materiei predate pe parcursul semestrului in cadrul cursurilor și aprofundate cu ocazia seminariilor, se va elabora în scris un plan strategic pentru o organizație aleasă la liber de student sau echipă. | | | | | | | 60 | | | | |
| **Colocviu** | | | | Prezentarea ppt a planului strategic, evaluarea acesteia prin dialog deschis. | | | | | | | 40 | | | | |
| **Seminarii** | | | | Rezolvarea studiilor de caz | | | | | | |  | | | | |
| **Alte clarificări:** | | | | | | | | | | | | | | | |

**Data: 15.09.2023** Dr. Nábrádi András

instructor materie