

UNIVERSITATEA DE STAT „ALECU RUSSO” DIN BĂLȚI
FACULTATEA DE ȘTIINȚE REALE, ECONOMICE ȘI ALE MEDIULUI
CATEDRA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

CURRICULUM UNIVERSITAR

la unitatea de curs

MANAGEMENT STRATEGIC

Ciclul II,- studii superioare de master (Nivelul 7 ISCED)

Codul și denumirea domeniului general de studiu: 041 Științe economice

Codul și denumirea specialităților: Management financiar

Forma de organizare a învățământului: cu frecvență

Autor:

dr., conf. univ. Maria OLEINIUC



BĂLȚI, 2021

Curriculum-ul la unitatea de curs *Management strategic* fost discutat la ședința Catedrei de științe economice.

Procesul-verbal nr. 10 din 12.02 2021.

Șeful Catedrei Foa dr., conf. univ. Carolina TCACT

Curriculum-ul la unitatea de curs *Management strategic* a fost aprobat la ședința Consiliului Facultății de Științe Reale, Economice și ale Mediului.

Procesul-verbal nr. 11 din 16.04. 2021.

Decanul Facultății Ciobanu dr., conf. univ. Ina CIOBANU



Informații de identificare a cursului

Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului

Catedra de științe economice

Domeniul general de studiu: 41 Științe economice

Domeniul de formare profesională la ciclul II: Master de profesionalizare

Denumirea specialității: Management financiar

Administrarea unității de curs

Codul unității de curs	Credite ECTS	Total ore	Repartizarea orelor			Forma de evaluare	Limba de predare
			Prelegeri	Seminarii	Studiu individual		
S.02. O. 109	5	150	16	24	110	Test MOODLE	Română

Anul de studii și semestrul în care se studiază: I, sem. 2

Statutul: disciplină orientată spre specialitate, **obligatorie**

Unitatea de curs „Management strategic” a fost modernizat cu suportul Programului Erasmus+ al Comisiei Europene, în cadrul Proiectului no. 585353-EPP-1-2017-1-RO-EPPKA2-CBHE-JP”

Informații referitoare la cadrul didactic

Titularul cursului: **OLEINIUC Maria**, master în inginerie, doctor în științe economice, conferențiar universitar, a absolvit Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți, specialitatea „Management în învățământ și instruire economică”.

Domeniul de interes științific: management strategic, securitatea alimentară, managementul agroalimentar, managementul calității.

Biroul: sala nr.526

Telefon: 0-231-5-24-90

E-mail: mariadodu@yandex.ru

Orele de consultații: joi 15:00 – 16:30

Consultațiile se oferă în cadrul grupului creat pe Viber sau prin videoconferința (aplicația Google Meet)

Integrarea cursului în programul de studii

Schimbările extrem de rapide a mediului extern autohton, care au o legătură indispensabilă cu concurența, tehnologiile informaționale, globalizarea mediului de afaceri și mulți alți factori, determină creșterea importanței managementului strategic. Disciplina „Management strategic” reprezintă o abordare sintetic integratoare a tuturor domeniilor managementului. Ca disciplină științifică, managementul strategic progresa permanent, până în prezent nu există idei identice la multe componente specifice.

Competențe prealabile

- cunoașterea conceptelor cheie și a teoriilor din domeniul economiei și managementului;
- efectuarea analizei segmentării strategice a pieței;
- cunoașterea principalelor componente ale mediului intern și extern;
- cunoașterea structurilor organizatorice clasice.

Competențe dezvoltate în cadrul cursului

1) Competențe profesionale:

CP2. Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor combinații personalizate de cunoștințe, metode și teorii economice. Studiu de caz referitor la evoluția afacerilor și a administrării acestora;

CP4. Aplicarea de principii și metode dedicate, specifice domeniului profesional pentru colectarea, prelucrarea datelor, analiza și interpretarea lor, în regim independent, inclusiv prin utilizarea TIC;

CP5. Elaborarea și realizarea proiectelor în afaceri, utilizând metode și mijloace standard;

CP6. Elaborarea de ajustări adecvate a modelului de organizare a procesului administrativ.

2) Competențe transversale:

CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate în echipă.

Finalitățile cursului

- să proiecteze unele variante de strategii de firmă ce vizează domeniile sale majore, cu punctarea de elemente specifice pentru condițiile Republicii Moldova în perioada actuală;
- să elaboreze modelul lui M.Porter pentru întreprinderile autohtone din diferite ramuri ale economiei naționale
- să identifice factorii de influență directă și indirectă asupra activității întreprinderii;
- să aplice metodele și tehnicile de management strategic.

Conținuturi

Studierea unității de curs „Management strategic” durează un semestru. Programul didactic pentru studenții de la studii superioare de licență prevede distribuirea numărului de ore pe anul de învățământ în ordinea următoare:

- prelegeri – 16 ore;
- seminarii – 24 ore;
- studiu individual – 110 ore.

Structura unității de curs „Management strategic” este prezentată în tabelul de mai jos.

Tematica	Ore		
	Prelegeri	Seminarii	Studiu individual
1	2	3	4
Tema 1. Managementul strategic: conceptul și rolul strategiei în asigurarea supraviețuirii și perenității întreprinderii 1.1. Evoluția provocărilor și apariția managementului strategic 1.2. Definirea conceptului de management strategic 1.3. Definirea strategiei de management 1.4. Avantajele și limitele managementului strategic 1.5. Tipologia strategiilor	2	2	8
Tema 2. Modelarea strategică 2.1. Planificarea strategică 2.2. Modele de planificarea strategică	—	2	12
Tema 3. Diagnosticarea strategică – etapă preliminară a managementului strategic 3.1. Diagnosticarea întreprinderii-definire, tipologie și caracteristici 3.2. Metodele și instrumentele de diagnosticare 3.3. Procesul analizei diagnostic	—	2	10
Tema 4. Analiza mediului extern 4.1. Analiza mediului extern general. Matricea PEST 4.2. Analiza mediului competițional. Modelul lui M. Porter 4.3. Grupurile strategice 4.4. Analiza Diamant 4.5. Analiza SWOT și aplicarea altor instrumente analitice în evaluarea mediului extern de afaceri 4.6. Modele de analiză a portofoliului strategic	2	4	12
Tema 5. Analiza mediului intern 5.1. Mediul intern: concept și factorii determinanți 5.2. Analiza competențelor funcționale 5.3. Analiza culturii organizaționale 5.4. Analiza lanțului valoric	2	4	12
Tema 6. Strategii de performanță 6.1. Strategiile calității 6.2. Strategii de dezvoltare a personalului 6.3. Strategii în domeniul de cercetare-dezvoltare 6.4. Strategii de perfecționare a tehnologiilor	2	2	12
Tema 7. Strategii de competiție 7.1. Strategii de piață 7.2. Strategii de export 7.3. Integrarea verticală 7.4. Strategiile filierelor	2	2	12
Tema 8. Strategii de business 8.1. Strategiile liderului de cost 8.2. Strategia diferențierii 8.3. Strategia focalizării 8.4. Strategii investiționale 8.5. Strategii de diversificare	2	2	12
Tema 9. Elaborarea și implementarea strategiei 9.1. Etapele de elaborare a strategiei 9.2. Remodelarea sistemului de management 9.3. Implementarea rezultatelor de perfecționare managerială	2	2	10
Tema 10. Controlling-ul strategic 10.1. Definirea și caracteristicile controlling-ului strategic 10.2. Tipologia controlului strategic 10.3. Strategia de control	2	2	10
Total	16	24	110

Strategii didactice

În cadrul disciplinei vom aplica următoarele strategii didactice:

- prelegerea, prelegerea-discuție, prelegerea cu caracter problematic, seminarul cu utilizarea mesei rotunde, seminar cu folosirea metodei analizei situațiilor concrete;
- metode intuitive de învățare creativă (brainstorming, discuție Panel, problematizarea, metoda cazului);
- utilizarea platformei didactice on-line MOODLE.

Activități de studiu individual

Activitatea individuală a studenților este o componentă obligatorie în cadrul procesului de instruire. În studiul acestui curs, studenților li se vor propune o literatură variată ce urmează a fi studiată independent. Studenții vor elabora un proiect. Fiecare student trebuie să fie evaluat cu minimum 5 note corespunzător unităților din proiect. La final, studentul va obține media evaluării curente (E_c)

1. Conținutul proiectului.

Organizare: fiecare capitol din proiect va fi realizat de un 1 student și va fi prezentat la o dată prestabilită, în cadrul seminarului. Durata prezentării: maxim 20 de minute + întrebări și discuții (20 de minute). Prezentarea se va face liber și va fi însoțită de o prezentare Power Point.

Cerință: prezentarea analizei unei situații din practica activității unei organizații a soluțiilor/opțiunilor de valorificare pentru aceasta. Situația aleasă trebuie să fie interesantă pentru cei cărora le va fi prezentată și să se încadreze în problematica marketingului. Proiectul va fi încărcat pe platforma MOODLE și analizat în cadrul seminariilor.

Structura proiectului: „*Diagnosticarea strategică a competitivității întreprinderilor din Republica Moldova*”:

1. Diagnosticarea strategică a ramurii la nivel macroeconomic (N_1);
2. Analiza mediului intern a întreprinderii (N_2);
 - 2.1 Înființare
 - 2.2 Obiect de activitate
 - 2.3 Scopul și domeniul
 - 2.4 Organigrama întreprinderii (structura organizatorică)
 - 2.5 Cultura organizațională
 - 2.6 Analiza resurselor umane
3. Analiza mediului extern a întreprinderii (N_3);
 - 3.1 Harta grupurilor strategice
 - 3.2 Matricea PEST

- 3.3 Analiza mediului competițional a întreprinderii în baza modelului lui M. Porter
- 3.4 Analiza Diamant
- 3.5 Analiza SWOT și aplicarea altor instrumente analitice în evaluarea mediului extern de afaceri

- 4. Strategiile elaborate de întreprindere pentru majorarea nivelului competitiv al său (N₄);
- 5. Propuneri privind perfecționarea managementului strategic al întreprinderii „.....” (N₅).

Proiectul va fi prezentat prin intermediul programelor „Power Point” sau „Prezi”

Proiectul trebuie să fie realizat pe baza unei documentări într-o organizație.

Reguli generale aplicabile proiectelor: proiectul va conține titlu relevant, cuprins, concluzii și bibliografie. Pe pagina de titlu vor apărea numele și prenumele persoanei care a elaborat proiectul. Un exemplar al proiectului va fi trimis pe platforma MOODLE la disciplina „Management strategic” cu două zile înainte de prezentare. Forma listată al proiectului o prezentați în ziua prezentării.

Orice idee din text ce nu aparține studentului trebuie marcată prin referințe bibliografice.

Criterii de evaluare a proiectului:

1. **Generale:** realism, limbaj de specialitate, calitatea prezentării, antrenarea în discuții a grupei, concordanța dintre conținut, titlu și originalitate. Fiecare student va obține notă pentru fiecare capitol din proiect. Nota studenților va depinde de limbaj, structură, respectarea cerințelor, prezentarea proiectului. Pentru elaborarea proiectului

2. **Specifice:** identificarea clară a situației și a cauzelor, formularea clară a obiectivelor, încadrarea corectă a elementelor din analiza SWOT, delimitarea și diferențierea soluțiilor, calitatea argumentării soluției optime, gradul de detaliere a scenariilor de implementare, existența mijloacelor de măsurare a rezultatelor și detalierea acestora, calitatea concluziilor.

Media evaluării curente (E_c) se calculează conform formulei:

$$E_c = \frac{N_1 + N_2 + N_3 + N_4 + N_5}{5}$$

Evaluarea finală se realizează sub formă de test pe platforma MOODLE. Nota finală se calculează conform formulei:

$$N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5,$$

unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Subiectele pentru evaluarea finală

Evaluarea finală va include următoarele subiecte:

1. Evoluția provocărilor și apariția managementului strategic.
2. Definierea conceptului de management strategic.
3. Definierea strategiei de management.
4. Avantajele și limitele managementului strategic.
5. Tipologia strategiilor.
6. Componentele strategiei.
7. Planificarea strategică.
8. Modele de management strategic.
9. Diagnosticarea întreprinderii-definiere, tipologie și caracteristici.
10. Metodele și instrumentele de diagnosticare.
11. Procesul analizei diagnostic.
12. Analiza mediului extern general. Matricea PEST..
13. Analiza mediului competițional. Modelul lui M. Porter
14. Analiza Diamant.
15. Analiza SWOT și aplicarea altor instrumente analitice n evaluarea mediului extern de afaceri.
16. Modelul BCG.
17. Modelul ADL.
18. Modelul McKinsey.
19. Mediul intern: concept și factorii determinanți.
20. Analiza competențelor funcționale.
21. Analiza culturii organizaționale.
22. Analiza lanțului valoric.
23. Strategiile calității.
24. Strategii de dezvoltare a personalului.
25. Strategii în domeniul de cercetare-dezvoltare.
26. Strategii de perfecționare a tehnologiilor.
27. Strategii de piață.
28. Strategii de export.
29. Integrarea verticală.
30. Strategiile filierelor.
31. Strategiile liderului de cost.
32. Strategia diferențierii.
33. Strategia focalizării.
34. Strategii investiționale.
35. Strategii de diversificare.
36. Etapele de elaborare a strategiei.
37. Remodelarea sistemului de management.
38. Implementarea rezultatelor de perfecționare managerială.
39. Definierea și caracteristicile controlling-ului strategic.
40. Tipologia controlului strategic.
41. Strategia de control.

Bibliografia **Bibliografia obligatorie**

1. BORZA, A. *Management strategic: concepte și studii de caz*. Cluj-Napoca: Risoprint, 2008. 262p.
2. CIOCÎRLAN, D. *Management strategic*. Iași: Editura Universitară, 2010. 179p.
3. DALOTA, M.D. *Managementul strategic al firmei*. București: Editura Pro Universitaria, 2015. 360p.
4. HAHN, R.F. *Management strategic organizațional. Teorie și studii de caz*. București: Oeconomica, 2013. 254p.
5. NEGRĂU, G; PUIU, A. *Perfecționarea managementului strategic în afacerile economice internaționale*. București: ASE, 2007. 226p.
6. OLEINIUC M. *Strategic controlling implementation in moldovan bakery industry*. În: Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu, Economy Series, 2012, Issue 1., p. 117-120., 0,32 c.a ISSN 2344-3685, ISSN-L 1844-7007
7. OLEINIUC M. *Actual tasks in the strategic management system of agricultural enterprises from the milk industry of the agroalimentary complex*. În: The Journal Contemporary Economy of Pitești, Volume 3, Issue 1/2018, pp.43-47, 0,5 c.a. ISSN 2537 – 4222
8. PERCIUN, R. OLEINIUC, M. *Visions regarding the strategy of ensuring food security in the Republic of Moldova*. În: Journal of Research on Trade, Management and Economic Development. Chișinău, 2019, pp. 7-21, 1,07 c.a. ISSN 2345-1424 /ISSNe 2345-1483
9. PARMACLI, D; TCACI, C; OLEINIUC, M. *Economia întreprinderii*. Curs universitar. Iași: Editura Prim, 2015, 201p.
10. STRATAN, A; PERCIUN, R, OLEINIUC, M. *Management strategic (în baza întreprinderilor de panificație)*. Chișinău: Institutul de Economic, Finanțe și Statistică, 2012. 310p

Bibliografia suplimentară

1. BĂCANU, B. *Tehnici de analiză în managementul strategic*. Iași: Polirom, 2007. 315p.
2. BĂRBULESCU, C. *Diagnosticarea întreprinderilor în dificultate economică: strategii și politici de redresare și dinamizare a activității*. București: Tribuna Economică, 2002. 319p.
3. OLEINIUC M. *Strategii inovatoare de dezvoltare a întreprinderilor din Republica Moldova*. Ediția IX a Conferinței Științifice Internaționale Politici și mecanisme de inovare și dezvoltare a proceselor economico-financiare și sociale în plan național și internațional din 31 octombrie – 01 noiembrie, 2014. Chișinău, 2014, CEP USM, p.502-504.,0,2 c.a. ISBN 978-9975-71-574-4
4. OLEINIUC M. *Strategii de dezvoltare a complexului agroalimentar în scopul asigurării securității economice a Republicii Moldova*. În: Inovația: factor al dezvoltării social-economice. Conferința științifico-practică din 03 martie, 2016. Cahul: Universitatea de Stat „B. P. Hașdeu”, 2016, p.125-127., 0,27 c.a. ISBN 978-9975-88-013-8
5. ААКЕР, Д. *Стратегическое рыночное управление*. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 496с
6. АНАЛОУИ Ф., КАРАМИ А. *Стратегический менеджмент малых и средних предприятий*. Москва: Юнити, 2005. 397с.
7. РОМАНОВ, А.П., ЖАРИКОВ, И.А. *Стратегический менеджмент*. Тамбов: ТГТУ, 2006. 80с