

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA "ARTIFEX" DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea	MANAGEMENT-MARKETING
1.3 Departamentul	MANAGEMENT-MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MANAGEMENT
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii / Calificarea	MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI
1.7 Forma de învățământ	IF (Învățământ cu Frecvență)
1.8 Limba de studiu	Română
1.9 Anul universitar	2022 – 2023

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Strategii de afaceri, structuri și performanță în organizații								
2.2 Codul disciplinei	MKCA0231AS1204.2								
2.3 Titularul activităților de curs									
2.4 Titularul activităților de seminar									
2.5 Anul de studiu	1	2.6 Semestrul	2	2.7 Tipul de evaluare (E - examen / V - verificare / C - colocviu)	E	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, A - opțională, F- facultativă)	A	2.9 Numărul de credite ECTS	9

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 Numărul de săptămâni	14				
3.5 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.6 curs	28	3.7 seminar / laborator	28
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					47
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					45
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat					4
Examinări					14
Alte activități:					19
3.7 Total ore studiu individual					169
3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)					225

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Sală de curs dotată cu laptop, acces la internet, videoproiector și tablă; Studentii se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile închise; Nu va fi acceptată întârzierea studenților la curs.
5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoproiector și acces la internet; Studentii se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise; Nu va fi acceptată întârzierea studenților la seminar; Studentii vor avea la dispoziție diverse materiale didactice.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C1. Utilizarea adecvată a cunoștințelor fundamentale și avansate de teorie a marketingului și a metodelor moderne specifice acestui domeniu (2 puncte de credit)</p> <p>C1.2 Utilizarea conceptelor fundamentale și avansate de marketing și comunicare; (0,66 puncte de credit)</p> <p>C1.3 Aplicarea metodelor moderne de marketing pentru formularea de explicații și ipoteze privind comportamentul organizației; (0,66 puncte de credit)</p> <p>C1.4 Evaluarea rezultatelor deciziilor de marketing adoptate și corelarea acestora cu informații din mediul extern pentru îmbunătățirea continuă a proceselor decizionale de marketing; (0,66 puncte de credit)</p> <p>C2. Realizarea de cercetări aprofundate de marketing folosind metodele, tehnicile și instrumentele de specialitate, atât în mediul fizic, cât și în mediul online. (2 puncte de credit)</p> <p>C2.1 Definirea și explicarea conceptelor și teoriilor economice referitoare la metodele, tehnicile și instrumentele de cercetare în mediul piețelor fizice și din mediul online; (0,66 puncte de credit)</p> <p>C2.2 Realizarea de cercetări adecvate de marketing, particularizate atât la mediul fizic, cât și la cel online; (0,66 puncte de credit)</p> <p>C2.3 Formularea de ipoteze și explicații privind comportamentele specifice ale agenților economici în mediile de marketing diferite, inclusiv în mediul online; (0,66 puncte de credit)</p> <p>C3. Fundamentarea și aplicarea de strategii și programe complexe privind managementul organizației (5 puncte de credit)</p> <p>C3.1 Definirea conceptelor, teoriilor și metodologiilor specifice planificării de marketing a organizațiilor; (1,25 puncte de credit)</p> <p>C3.2 Fundamentarea strategiilor și planurilor de marketing pentru susținerea viziunii antreprenoriale; (1,25 puncte de credit)</p> <p>C3.3 Utilizarea de metode, tehnici și instrumente inovatoare de planificare a activităților de marketing și comunicarea conținutului planificării în rândul actorilor implicați în marketingul organizației; (1,25 puncte de credit)</p> <p>C3.4 Evaluarea comparativă a eficienței și eficacității metodelor, tehnicilor și instrumentelor de planificare a strategiilor, politicilor și planurilor de marketing ale organizațiilor; (1,25 puncte de credit)</p>
Competențe transversale	

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitatea de cunoaștere și însușire a terminologiei de specialitate; abordarea strategiilor economice sub aspectul conținutului, obiectivelor lor și a mijloacelor de atingere a scopului dorit și urmărit . 	
7.2 Obiectivele specifice	Cunoștințe:	<ul style="list-style-type: none"> • R.1.1: Absolventul identifica și utilizează corect conceptele și categoriile economice fundamentale ale microeconomiei; • R.1.2: Absolventul cunoaște, înțelege și explica conținutul, obiectivele, tipurile, formele și modalitățile de manifestare și instrumentele de promovare a strategiilor organizaționale. • R.1.3: Absolventul cunoaște, înțelege și să explica conținutul, tipurile, formele de manifestare și modalitățile de soluționare a problemelor și opțiunilor de strategie economică de mare actualitate (naționale și internaționale); • R.1.4: Absolventul cunoaște și deosebește noțiunile de bază, explica și distinge principalele teorii și metode de analiză a evoluției piețelor;

	Aptitudini:	<ul style="list-style-type: none"> • R.1.1: Absolventul dezvoltă abilități analitice de bază și de cercetare științifică; • R.1.2: Absolventul interpretează printr-o gândire logică aspectele legate de organizarea și funcționarea organizațiilor de afaceri; • R.1.3: Absolventul interpretează și dezbate relațiile principale dintre fenomenele și procesele economice, sensul și natura acestora; • R.1.4: Absolventul analizează și interpretează și să explice diferite aspecte referitoare la principalele caracteristici și tendințe ale mecanismului de funcționare a piețelor; • R.1.5: Absolventul implementează studii de fezabilitate și fezabilitate a investițiilor
	Responsabilitate și autonomie:	<ul style="list-style-type: none"> • R.1.1: Absolventul susține abilități argumentative și de fundamentare a deciziilor. • R.1.2: Absolventul stabilește strategii de dezvoltare generală a organizației (strategii de marketing, de promovare etc.); • R.1.3: Absolventul creează un mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; • R.1.4: Absolventul utilizează metodele de analiză concurențială și să interpreteze adecvat indicatorii pentru caracterizarea activității la nivel macroeconomic, în optică prospectivă; • R.1.5: Absolventul planifică, adaptează și susține studii și proiecte complexe, de specialitate, și de a angaja parteneriate cu entități naționale și internaționale;

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
1. Mediul concurențial al firmei Mediul ambiant al firmei Mediul concurențial și necesitatea unei analize strategice Tipologia mediilor concurențiale	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 3-capitolul 6
2. Sisteme de analiză strategică a mediului concurențial Modelul lui Porter Modelul „filierii” Modelul „arenei strategice”	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	4 ore	Bibliografie obligatorie 1-capitol 8
3. Conceptele și instrumentele analizei strategice a firmei Segmentarea strategică Metode de segmentare Poziționarea strategică Profilul strategic	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	4 ore	Bibliografie obligatorie 1-capitol 2
4. Matricea de analiză a portofoliului firmei Matricea BOSTON CONSULTING GROUP Matricea Mc Kinsey Matricea Arthur D. Little (ADL)	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	4 ore	Bibliografie obligatorie 1-capitol 12
5. Politici privind prețurile Componentele prețului Variabilele ce influențează formarea prețurilor Tipologia strategiilor de preț	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	4 ore	Bibliografie obligatorie 1-capitolul 9
6. Conceptele și instrumentele analizei strategice a firmei Concurența la nivelul mediului concurențial Factori ce determină intensitatea competiției în cadrul	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	4 ore	Bibliografie obligatorie 3-capitolul 4

mediului concurențial Grupurile strategice			
7. Avantajul competitiv Avantajul costului Diferențierea Evaluarea poziției concurențiale	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	2 ore	Bibliografie obligatorie 3-capitolul 6
8. Adaptarea structurii organizatorice la obiectivele strategice Concordanța dintre lanțul de obiective și componentele organizării structurale Raționalizarea structurii organizatorice pentru îndeplinirea obiectivelor strategice Măsurarea performanței organizației prin îmbunătățirea binomului strategie-structura	Prelegere participativă Curs interactiv Conversație euristică	4 ore	Bibliografie obligatorie 2-capitolul 5
TOTAL		28 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Gresoi S.G., 2013. *Strategii de marketing industrial*, Editura Standardizarea, București
2. Gresoi S.G., 2011. *Managementul și gestiunea calității*, Editura Pro Universitaria
3. Gresoi S.G., 2012. *Managementul producției*, Editura Terra Nostra

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
1. Studii de caz privind analiza SWOT	Exercițiul, demonstrația exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	4 ore	Bibliografie obligatorie 2-capitolul 4
2. Studii de caz privind diagnosticul firme	Exercițiul, demonstrația exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	4 ore	Bibliografie obligatorie 2-capitolul 4
3. Studii de caz privind conceperea sistemului de obiective	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	4 ore	Bibliografie obligatorie 3-capitolul 4
4. Studii de caz privind raționalizarea organizării structurale	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 2-capitolul 5
5. Studii de caz privind matricea BCG	Exercițiul, demonstrația exemplificarea, dezbateră; Realizarea de teme, referate, eseuri.	2 ore	Bibliografie obligatorie 1-capitolul 8
6. Studii de caz privind planul de afaceri	Exercițiul, demonstrația exemplificarea; Realizarea de teme, referate, eseuri.	4 ore	Bibliografie obligatorie 3-capitolul 4
6. Studii de caz privind segmentarea pieței	Exercițiul, demonstrația exemplificarea;	4 ore	Bibliografie obligatorie 1-capitolul 8

	Realizarea de teme, referate, eseuri.		
7. Studii de caz privind politicile de preț	Exercițiul, demonstrația exemplificarea; Realizarea de teme, referate, eseuri.	4 ore	Bibliografie obligatorie 1-capitolul 9
TOTAL		28 ore	
Bibliografie obligatorie:			
1. Gresoi S.G., 2013. <i>Strategii de marketing industrial</i> , Editura Standardizarea, București			
2. Gresoi S.G., 2011. <i>Managementul si gestiunea calității</i> , Editura Pro Universitaria			
3. Gresoi S.G., 2012. <i>Managementul producției</i> , Editura Terra Nostra			

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

- Pe parcursul derulării disciplinei pot fi invitați practicieni pentru prelegeri punctuale.
- Anual, în perioada de analiză a planurilor de învățământ, conținutul disciplinei și oportunitatea introducerii sau înlocuirii unor discipline sunt discutate cu reprezentanții comunității epistemice și cu reprezentanți ai mediului de afaceri din diverse domenii de activitate, inclusiv cu reprezentanți din sistemul cooperatist - Uniunea Națională a Cooperăției Mestesugărești – UCECOM, în vederea adaptării la cerințele acestora și la cele ale pieței muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina <i>Strategii de afaceri, structuri și performanță în organizații</i>; • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedurilor de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în dezvoltarea macroeconomică (națională și internațională); • însușirea și aplicarea formulelor, procedurilor și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice în vederea obținerii indicatorilor pentru caracterizarea activității la nivel macroeconomic; • coerența logică în analiză și argumentare; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării firmelor; • abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă” în dezvoltarea economico-socială asimetrică (diminuarea disparităților economico-sociale); • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; • aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică. 	Examen scris în sesiunea de examene.	50 %
10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; 	Testarea continuă pe	20 %

	<ul style="list-style-type: none"> • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în dezvoltarea macroeconomică (națională și internațională); • însușirea și aplicarea formulelor, procedeele și tehnicilor de culegere și prelucrare a datelor statistice în vederea obținerii indicatorilor pentru caracterizarea activității la nivel macroeconomic; • capacitatea de a utiliza metodele de analiză macroeconomică în domeniul politicilor fiscale, bugetare, comerciale, monetare și valutare și de a interpreta adecvat indicatorii pentru caracterizarea activității la nivel macroeconomic, în optică prospectivă; • coerența logică în analiză și argumentare; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate pe parcursul dezvoltării țărilor / firmelor; • abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă” în dezvoltarea economico-socială asimetrică (diminuarea disparităților economico-sociale); • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; • aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică. 	parcursul semestrului	
		Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte	30%

10.6 Standard minim de performanță

- însușirea vocabularului specific disciplinei;
- recunoașterea principiilor, legilor și a teoriilor aferente disciplinei de studiu;
- înțelegerea și explicarea conceptelor fundamentale;
- însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază și a indicatorilor și aplicarea acestora în soluționarea problemelor și opțiunilor de politică economică de mare actualitate (naționale și internaționale);
- evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;
- realizarea parțială a lucrărilor practice: prezentări de materiale la seminar, teme, referate, proiecte;
- participarea la 1/2 din seminarii;
- obținerea notei 5 la examenul final.

Data completării: 20.09.2022

Întocmit de,
Conf. univ. dr. Sorin Gabriel GRESOI

Semnătura titularului de seminar,

.....

Data avizării în departament: 30.09.2022

Avizat,

Semnătura directorului de departament,
Conf.univ.dr. Sorin Gabriel GRESOI

Responsabil program de studii,
Conf.univ.dr. Andrei BUIGA

.....

.....

Data aprobării în Consiliul facultății 30.09.2022

SemnaturaDecan,
Conf.univ.dr. Anca Mihaela MELINCEANU

.....