FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	**UNIVERSITATEA TEHNICĂ DIN CLUJ-NAPOCA, CENTRUL UNIVERSITAR NORD DIN BAIA MARE**
1.2 Facultatea	**DE INGINERIE**
1.3 Departamentul	**INGINERIE ȘI MANAGEMENTUL TEHNOLOGIEI**
1.4 Domeniul de studii	**INGINERIE ȘI MANAGEMENT**
1.5 Ciclul de studii	**LICENȚĂ**
1.6 Programul de studii	**INGINERIE ECONOMICĂ ÎN DOMENIUL MECANIC**

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	**Strategii concurentiale**								
2.2 Codul disciplinei	**52.10**								
2.3 Titularul activităților de curs	**Conf.dr.ing.,ec. Gabriela Lobonțiu**								
2.4 Titularul(ii) activităților de aplicații	**Șef lucr.dr.ec. Raul Florentin Drența**								
2.5 Anul de studii	**4**	2.6 Semestrul	**7**	2.7 Tip evaluare	**E**	2.8 Tip*	**DOP**	2.9 Cat.**	**DS**

* **DOB**=Disciplină impusă; **DOP**=Disciplină opțională; **DFA**=Disciplină facultativă
** **DF**=Disciplină fundamentală; **DS**=Disciplină de specialitate; **DC**=Disciplină complementară

3. Timpul total (ore pe semestru ale activității studentului)

3.1 Număr de ore activități didactice/ săptămână	**4**	din care: 3.1.1 curs	**3**	3.1.2 seminar	**1**
		din care: 3.1.3 laborator		3.1.4 proiect	
3.2 Număr de ore activități didactice/ semestru	**56**	din care: 3.2.1 curs	**42**	3.2.2 seminar	**14**
		din care: 3.2.3 laborator		3.2.3 proiect	

Distribuția fondului de timp pentru studiul individual	**ore**
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	**30**
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	**15**
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	**20**
Tutoriat	
Examinări	**4**
Alte activități	

3.3 Total ore studiu individual	**69**
3.4 Total ore din planul de învățământ (3.2+3.3)	**125**
3.5 Numărul de credite	**5**

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Promovarea colocviului de Marketing
4.2 de competențe	• Cunoștințe generale de macroeconomie, management și marketing, înțelegerea modului de funcționare a unei organizații, precum și a relaționării acesteia cu mediul ei

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Sală de curs dotată cu tablă, laptop, videoproiector, tablă inteligentă, acces internet • Platformă de învățare online (e-learning) - KB (Moodle LMS) • Cameră video, software și Acces Point
5.2. de desfășurare a seminarului	• Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoproiector, tablă inteligentă, acces internet • Platformă de învățare online (e-learning) – KB (Moodle LMS) • Cameră video, software și Acces Point

6. Competențele specifice acumulate

COMPETENȚE PROFESIONAL	• abordează problemele în mod critic • găsește soluții pentru probleme • identifică nevoile clienților • efectuează cercetare de piață • aplică competențe de comunicare în domeniul tehnic • estimează durata de lucru • asigură managementul de proiect
COMPETENȚE TRANSVERSALE	• dă dovadă de inițiativă • respectă angajamente • se adaptează la schimbare • gândește analitic • gestionează feedback-ul • lucrează în echipe

7. Rezultatele așteptate ale învățării

Cunoștințe	• C5. Studentul/ Absolventul cunoaște principiile și funcțiile managementului, organizarea întreprinderii, managementul resurselor umane, marketingul și strategiile concurențiale, cadrul juridic al activității economice și industriale, precum și particularitățile managementului întreprinderilor și proiectelor.
Abilități	• A5.1 Studentul/ Absolventul planifică, organizează și coordonează activități, resurse și responsabilități în cadrul organizațiilor și proiectelor. • A5.2 Studentul/ Absolventul analizează probleme de resurse umane, relații de muncă și conformitate juridică și formulează soluții adaptate contextului organizațional. • A5.3 Studentul/ Absolventul identifică nevoile clienților, efectuează cercetări de piață și fundamentează decizii și acțiuni de marketing. • A5.4 Studentul/ Absolventul formulează și evaluează strategii concurențiale și manageriale și aplică metode de conducere în contexte specifice întreprinderilor, inclusiv IMM-urilor și întreprinderii simulate.
Responsabilitate și autonomie	• R5.1 Studentul/ Absolventul își asumă responsabilitatea pentru deciziile manageriale și pentru îndeplinirea obiectivelor, termenelor și cerințelor legale. • R5.2 Studentul/ Absolventul manifestă inițiativă, capacitate de coordonare și responsabilitate în lucrul cu personalul și în relația cu managerii, clienții și partenerii. • R5.3 Studentul/ Absolventul acționează etic și profesionist, gestionează feedback-ul și adaptează deciziile la schimbările mediului organizațional și concurențial.

8. Obiectivele disciplinei

8.1 Obiectivul general al disciplinei	• Formarea capacității de a analiza structural sectoarele de activitate și de a fundamenta opțiuni strategice adecvate pentru firme, pe baza conceptelor și instrumentelor specifice managementului strategic
8.2 Obiectivele specifice	• Înțelegerea conceptelor privind structura sectoarelor și intensitatea concurenței • Aplicarea modelelor de analiză structurală și a strategiilor generice • Delimitarea corectă a unui sector • Evaluarea avantajului competitiv la nivel de firmă • Integrarea analizei sectoriale cu analiza firmei

9. Conținuturi

9.1 Curs	Nr. ore	Metode de predare	Obs.
Cap. 1 – Introducere generală în analiza structurală a sectoarelor de activitate	2	Expunere interactivă, discuții dirijate, studii de caz și aplicarea modelelor în contexte practice	Calculatoare, Video-proiector
1.1. Factorii structurali care influențează intensitatea concurenței – Prezentare generală	2		
1.1. Factorii structurali – Bariere la intrare și bariere la ieșire	2		
1.1. Factorii structurali – Economii de scară și economii de gamă	2		
1.1. Factorii structurali – Structura pieței (fragmentare, concentrare)	2		
1.1. Factorii structurali – Dinamica cererii și ciclul de viață al sectorului	2		
1.1. Factorii structurali – Intensitatea concurenței și determinanții săi	2		
1.2. Analiza structurală și strategia concurențială – Relația structură–profitabilitate	2		
1.2. Analiza structurală și strategia concurențială – Analiza celor Cinci Forțe (I)	2		
1.2. Analiza structurală și strategia concurențială – Analiza celor Cinci Forțe (II)	2		
1.3. Analiza structurală și definirea sectorului de activitate – Frontiere sectoriale	2		
1.3. Analiza structurală și definirea sectorului – Segmente, nișe, industrii adiacente	2		
1.3. Analiza structurală și definirea sectorului – Factori de schimbare structurală	2		
Cap. 2. Strategiile concurențiale generale propuse de Michael Porter 2.1. Trei strategii generice – Cost minim	2		
2.1. Trei strategii generice – Diferențiere	2		
2.1. Trei strategii generice – Focus; comparații între strategii	2		
2.2. Riscurile strategiilor generale – Riscuri interne și externe	2		
2.2. Riscurile strategiilor generale – Strategii hibride și erori de poziționare	2		
Cap. 3. Analiza firmei 3.1. Realitățile firmei – Resurse, capabilități, competențe distinctive	2		
3.2. Domeniile în care se obțin rezultate – Lanțul valoric al firmei	2		
Cap. 4. Integrarea analizei firmei cu analiza structurală	2		

Bibliografie:
1. Allaire, Y., Firșirotu, M., Management strategic, București, Editura Economică, 1998
2. Drucker, P.F., Managementul strategic, București, Editura Teora, 2001
3. Istocescu, A., Strategia și managementul strategic al firmei, București, Editura ASE, 2003
4. Pearce, J.A., Robinson, R.B., Formulation, Implementation, and Control of Competitive Strategy, New York, McGraw-Hill/Irwin, 2007
5. Popa, H.L. (coord.), Management strategic. Manual de inginerie economică, Cluj-Napoca, Editura Dacia, 2002
6. Porter, M.E., Strategie concurențială, București, Editura Teora, 2001

9.2 Seminar	Nr. ore	Metode de predare	Obs.
Seminar 1 - Introducere în analiza structurală a sectoarelor de activitate Înțelegerea structurii unui sector Identificarea elementelor definitorii (dimensiune, ritm de creștere, bariere etc.)	2	Discuții aplicate, rezolvarea exercițiilor practice, analiza studiilor de caz și aplicarea modelelor teoretice în situații concrete	
Seminar 2 - Factorii structurali care influențează intensitatea concurenței Analiza factorilor care determină nivelul concurenței Corelarea factorilor structurali cu profitabilitatea sectorială	2		
Seminar 3 - Analiza structurală și strategia concurențială Înțelegerea relației dintre structură și strategie Cum adaptăm strategia în funcție de presiunile pieței	2		
Seminar 4 - Analiza structurală și definirea sectorului de activitate Definirea clară a frontierelor sectorului Diferența dintre sector, piață, industrie, nișă	2		
Seminar 5 - Strategiile concurențiale generale (Porter): diferențiere, cost minim, focus Clarificarea celor trei strategii generice Aplicarea lor pe cazuri reale	2		
Seminar 6 - Riscurile strategiilor generale Înțelegerea limitelor strategiilor Porter Analiza riscurilor pe termen lung și scurt	2		

Seminar 7 - Analiza firmei: realitățile interne și domeniile în care se obțin rezultate Evaluarea competențelor firmei Identificarea domeniilor în care firma poate obține avantaje. Lanțul valoric al lui Porter	2		

Bibliografie:
1. Allaire, Y., Firșirotu, M., Management strategic, București, Editura Economică, 1998
2. Drucker, P.F., Managementul strategic, București, Editura Teora, 2001
3. Istocescu, A., Strategia și managementul strategic al firmei, București, Editura ASE, 2003
4. Pearce, J.A., Robinson, R.B., Formulation, Implementation, and Control of Competitive Strategy, New York, McGraw-Hill/Irwin, 2007
5. Popa, H.L. (coord.), Management strategic. Manual de inginerie economică, Cluj-Napoca, Editura Dacia, 2002
6. Porter, M.E., Strategie concurențială, București, Editura Teora, 2001

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

- Reprezentanții mediului profesional subliniază necesitatea dezvoltării competențelor bazate pe cunoștințe teoretice solide și pe raționamente logice aplicabile în managementul și marketingul strategic al organizațiilor industriale.
- Angajatorii solicită formarea unor absolvenți capabili să elaboreze soluții strategice adaptate contextului real al firmelor, cu bune abilități de comunicare, identificare și rezolvare a problemelor și cu responsabilitate în lucrul individual și în echipă.
- Conținuturile disciplinei sunt aliniate literaturii de specialitate și standardelor comunității epistemice, asigurând relevanța pentru analiza sectorială, evaluarea competiției și fundamentarea strategiilor competitive.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare	11.3 Pondere din nota finală
11.4 Curs	Capacitatea de a răspunde corect la un pachet de 30 de întrebări grilă bazate în totalitate pe notele de curs și pe cursul predat	On-site: Test grilă cu 30 de întrebări - 1 punct din oficiu + 0,3 puncte/întrebare cu răspuns(uri) corect(e) – testul se va susține în sală cu calculatoare, pe platforma KB On-line: Test grilă cu 30 de întrebări - 1 punct din oficiu + 0,3 puncte/întrebare cu răspuns(uri) corect(e) – testul se va susține pe platforma KB, în paralel cu intrarea în sesiune Big Blue Button (BBB) cu camera video și microfonul pornite	60%
11.5 Seminar	• participare activă la discuții; • aplicarea corectă a conceptelor; • calitatea argumentării; • realizarea exercițiilor la seminar; • coerență și claritate în analiza situațiilor; • capacitatea de sinteză și reflecție; • respectarea indicațiilor de lucru	Observarea sistematică a participării; evaluarea fișelor de lucru și a exercițiilor aplicate; administrarea unui test aplicativ desfășurat în cadrul seminarului; analiza reflecțiilor individuale privind temele discutate; aprecierea contribuțiilor individuale în activitățile derulate în timpul orelor	40%

11.8 Standard minim de performanță
• Standardul minim de performanță pentru testul grilă constă din cunoașterea forțelor concurențiale, a structurii barierelor de intrare, a componentelor care influențează nivelul fiecărei forțe concurențiale, precum și cunoașterea diferențelor între modelele de abordare a strategiei concurențiale propuse de Michael Porter • Standardul minim de performanță pentru seminar presupune ca studentul să demonstreze o înțelegere de bază a conceptelor discutate; să participe în mod satisfăcător la activitățile din cadrul seminariilor; să finalizeze cel puțin jumătate dintre exercițiile aplicate, fără erori majore de interpretare; să ofere răspunsuri coerente la nivel elementar **Nota 5 se acordă dacă studentul a răspuns corect și complet la minimum 12 întrebări din testul grilă, iar activitatea la seminar a fost evaluată cu minimum nota 5.**

Data completării	**Titular de curs**	**Titular seminar**
____/____/_____	***Conf.dr.ing.,ec. Gabriela Lobonțiu***	***Șef lucr.dr.ec. Raul Florentin Drența***

_____

Data avizării în Consiliul Departamentului

____/____/_____

Director de Departament
Conf.dr.ing. Mihai Bănică

_____

Data aprobării în Consiliul Facultății

____/____/_____

Decan
Conf.dr.ing. Olivian Chiver
_____