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 concurențiale (proiect)**								
2.2 Codul disciplinei	**53.10**								
2.3 Titularul activităților de curs									
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	**C**	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	**1**	din care: 3.1.1 curs		3.1.2 seminar	
		din care: 3.1.3 laborator		3.1.4 proiect	**1**
3.2 Număr de ore activități didactice/ semestru	**14**	din care: 3.2.1 curs		3.2.2 seminar	
		din care: 3.2.3 laborator		3.2.3 proiect	**14**

Distribuția fondului de timp pentru studiul individual	**ore**
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	**15**
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	**15**
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	**4**
Tutoriat	
Examinări	**2**
Alte activități	

3.3 Total ore studiu individual	**36**
3.4 Total ore din planul de învățământ (3.2+3.3)	**50**
3.5 Numărul de credite	**2**

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)

5.2. de desfășurare a proiectului	• Sală dotată cu tablă, laptop, videoproiector, tablă inteligentă, internet • Platformă de învățare on-line (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 competențelor de analiză strategică a mediului concurențial prin aplicarea modelului celor 5 forțe Porter, în vederea fundamentării deciziilor și strategiilor competitive ale unei firme ce operează într-un anumit sector economic
8.2 Obiectivele specifice	La finalul disciplinei, studentul va fi capabil să: • înțeleagă principiile analizei concurențiale și structura modelului celor 5 forțe • identifice actorii și factorii determinanți ai mediului concurențial într-un sector economic • analizeze intensitatea forțelor concurențiale și impactul acestora asupra atractivității sectorului • evalueze influența furnizorilor, cumpărătorilor, substituenților și reglementărilor asupra strategiei firmei • elaboreze concluzii și recomandări strategice fundamentate, incluzând reprezentarea grafică a analizei

9. Conținuturi

9.4 Proiect	Nr. ore	Metode de predare	Obs.
1. Prezentarea generală a sectorului (cod CAEN); definirea cadrului analizei Porter	2	Explicația, exemplificarea, studiul de caz, lucru aplicativ și ghidarea etapizată în realizarea proiectului practice	
2. Analiza amenințării noilor intrați (bariere de intrare + tabel + concluzie)	2		
3. Analiza intensității rivalității între firmele existente (criterii + tabel + concluzie)	2		
4. Analiza presiunii produselor substituente (identificare substituenți + tabel + concluzie)	2		
5. Analiza puterii de negociere a cumpărătorilor (criterii + tabel + concluzie)	2		
6. Analiza puterii furnizorilor și influența politicii guvernamentale (tabele + concluzie)	2		
7. Recomandări strategice pentru firma nouă + diagrama tip pânză de păianjen + concluzia finală	2		

Bibliografie:

1. Allaire, Y., Firșirotu, M. (1998). Management strategic. București: Editura Economică.
2. Brătianu, C. (2002). Management strategic. Craiova: Editura Universitaria.
3. Drenta, R., Lobonțiu, G. (2023). Strategii concurențiale bazate pe modelul celor 5 forțe al lui Porter: îndrumar de proiecte. Cluj-Napoca: Editura UTPRESS. ISBN 978-606-737-690-6.
4. Istocescu, A. (2003). Strategia și managementul strategic al firmei. București: Editura ASE.
5. Pearce, J.A., Robinson, R.B. (2007). Formulation, Implementation, and Control of Competitive Strategy (10th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
6. Porter, M.E. (2001). Strategie concurențială. București: Editura Teora.
7. Porter, M.E. (2004). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press.

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

- Comunitatea angajatorilor solicită: formarea absolvenților cu capacitatea de a realiza analize economice și strategice riguroase, aplicate proceselor și fluxurilor din organizațiile industriale; dezvoltarea competențelor de identificare, formulare și rezolvare a problemelor specifice managementului și planificării strategice în mediul tehnico-economic; consolidarea abilităților de comunicare profesională și argumentare tehnico-economică în contexte multidisciplinare; precum și dezvoltarea responsabilității individuale, a capacității de lucru în echipă și a asumării rolurilor ierarhice în cadrul structurilor organizaționale din industrie.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare	11.3 Pondere din nota finală
11.7 Proiect	a. Activitatea pe parcurs: Evaluarea progresului etapizat, a calității sarcinilor intermediare, a documentării, a capacității de analiză și a integrării feedback-ului în dezvoltarea proiectului b. Proiectul final: Evaluarea aplicării corecte a modelului Porter, a logicii și coerenței analizei sectoriale, validitatea datelor utilizate, calitatea argumentării și a recomandărilor strategice, precum și reprezentarea grafică a rezultatelor	On-site și on-line: a. Evaluarea activității din timpul orelor de proiect (30%) b. Verificarea proiectului (70%)	100%

11.8 Standard minim de performanță
• Pentru a obține nota de trecere, studentul trebuie să realizeze o analiză simplificată, dar completă a celor cinci forțe Porter, folosind date corecte, să formuleze concluzii de bază pentru fiecare forță, să prezinte diagrama tip „pânză de păianjen” și să propună cel puțin o recomandare strategică coerentă derivată din analiza realizată.

Data completării

____/____/_____

Titular proiect

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

_____