



FIȘA DISCIPLINEI
Management strategic
Anul universitar 2025-2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2. Facultatea	Business
1.3. Departamentul	Servicii de ospitalitate
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii / Calificarea	Management hotelier/master
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență (IF)

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		Management strategic				Codul disciplinei	IMR0015
2.2. Titularul activităților de curs		Conf. univ. dr. Oana Adriana Gică					
2.3. Titularul activităților de seminar		Conf. univ. dr. Oana Adriana Gică					
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	2	2.6. Tipul de evaluare	C	2.7. Regimul disciplinei	Obligatorie

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/ laborator/ proiect	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	36	din care: 3.5. curs	24	3.6 seminar/laborator	12
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					42
Tutoriat (consiliere profesională)					2
Examinări					2
Alte activități					8
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					114
3.8. Total ore pe semestru					150
3.9. Numărul de credite					6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu este cazul
4.2. de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sală dotată cu videoproiector, computer
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	Sală dotată cu videoproiector, computer



6.1. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale/esențiale	- C3- Diagnosticarea situațiilor complexe în vederea elaborării de strategii/ programe de schimbare organizațională specifice domeniului ospitalității și turismului - C5- Elaborarea de rapoarte/ studii necesare administrării unei unități cu servicii de ospitalitate /turistice și acordarea de consultanță în domeniu
Competențe transversale	- CT1 -Aplicarea normelor și valorilor eticii profesionale specifice domeniului ospitalității și turismului - CT2 -Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă și aplicarea acestora în cadrul unor unități specifice domeniului ospitalității și turismului

6.2. Rezultatele învățării

Cunoștințe	- Studentul deține cunoștințe aprofundate privind: planificarea și organizarea resurselor umane, materiale și financiare; motivarea angajaților; controlul activităților desfășurate; managementul relațiilor cu clienții companiilor hoteliere. - Cunoașterea conceptelor privind elementele constitutive ale unei strategii, respectiv analiza, deciziile și acțiunile pe care le întreprinde o organizație pentru a crea și a menține avantaje competitive.
Aptitudini	- Studentul poate identifica, recomanda și implementa strategii de afaceri în domeniul HoReCa; - Evaluarea pieței concurențiale, stabilirea direcțiilor de dezvoltare a firmei pentru adaptarea și creșterea competitivității în corelație cu noul mediu economic sau un nou mediu social, financiar sau politic.
Responsabilități și autonomie	- Studentul este capabil să execute sarcini profesionale complexe, în condiții de autonomie și de independență profesională. - Realizarea unui diagnostic strategic în vederea identificării strategiei/strategiilor creatoare de valoare la nivelul unei organizații.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul cursului este de a familiariza studenții cu conținutul și instrumentele specifice managementului strategic.
7.2 Obiectivele specifice	- cunoașterea conceptului de management al lanțului logistic; - cunoașterea indicatorilor de performanță ai lanțului logistic; - cunoașterea specificului activităților de aprovizionare; - cunoașterea particularităților activităților logistice



8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Strategie, management strategic- delimitări conceptuale	Prelegere interactivă	1 prelegere
Componentele strategiei	Prelegere interactivă	1 prelegere
Diagnosticul mediului extern	Prelegere interactivă	3 prelegeri
Diagnosticul mediului intern	Prelegere interactivă	3 prelegeri
Sinteza diagnosticului strategic	Prelegere interactivă	1 prelegere
Tipologia strategiilor	Prelegere interactivă	1 prelegere
Evaluarea alternativelor strategice	Prelegere interactivă	1 prelegere
Prezentare proiecte	Discuții și dezbateri pe baza proiectelor	1 prelegere
Bibliografie 1. Băcanu, B., (2006), Practici de management strategic, Editura Polirom, București 2. Băcanu, B., (2007), Tehnici de analiză în managementul strategic, Editura Polirom, București 3. Băcanu, B. (2009), Management strategic în turism: concepte și studii de caz. Editura Polirom, București- disponibilă la BCU 4. Bordean, O. (2010), Strategii manageriale ale întreprinderilor de turism. Ed. Risoprint, Cluj-Napoca disponibilă la Biblioteca Facultății de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor 5. Borza, A. (2012), Management strategic. Ed. Risoprint, Cluj-Napoca disponibilă la Biblioteca Facultății de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor 6. Curta N., C. (2011), Practici de management strategic în turism : studii de caz. Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca. disponibilă la biblioteca Facultății de Business 7. Dess, G. G., Lumpkin, G. T., Eisner, A. B. (2007), Strategic management: text and cases. Ed. McGraw-Hill/Irwin, Boston. . disponibilă la biblioteca Facultății de Business 8. Gică, O.A, (2015), Procesul managementului strategic în întreprinderile mici și mijlocii, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca http://www.editura.ubbcluj.ro/bd/ebooks/pdf/1826.pdf 9. Lynch, R. (2002), Strategia corporativă, Editura ARC, București 10. Pearce, J. A., Robinson, R. B (2007) Strategic management : formulation, implementation, and control. Ed. McGraw-Hill/Irwin, Boston. . disponibilă la biblioteca Facultății de Business 11. Popa, I., (2004), Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE București 12. Russu, C., (1999), Management strategic, Editura All Beck, București. 13. Vorzsak, M., Cosma, S., (2008), Diagnosticul strategic al organizației, Ed. Alma Mater, Cluj-Napoca. disponibilă la biblioteca Facultății de Business		
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
Seminar organizatoric. Prezentarea conținutului și cerințelor disciplinei.		1 seminar
Viziune, misiune, valori, obiective strategice	Analiza și dezbateri de caz pregătite de către studenți	1 seminar
Diagnosticul extern - identificarea naturii mediului; analiza PESTEL	Analiza și dezbateri de caz pregătite de către studenți	1 seminar
Diagnosticul extern - Modelul Porter	Analiza și dezbateri de caz pregătite de către studenți	1 seminar
Diagnosticul extern - harta grupelor strategice din sector; concluzia diagnosticului extern: analiza oportunităților și amenințărilor	Analiza și dezbateri de caz pregătite de către studenți	1 seminar
Diagnosticul intern: analiza resurselor (modelul VRIO); analiza proceselor - determinarea poziției concurențiale a proceselor în raport cu	Analiza și dezbateri de caz pregătite de către studenți	1 seminar



media sectorului; modelul 7S McKinsey; modelul GAP		
Diagnosticul intern: analiza output-ului - matricea BCG sau ADL/ matricea McKinsey/ ingineria meniului; diagrama de capacitate concurențială; diagrama profilului concurențial	Analiza și dezbaterăa unor studii de caz pregătite de către studenți	1 seminar
Sinteza diagnosticului strategic - analiza SWOT (matricile MEFI și MEFE)/ analiza SPACE	Analiza și dezbaterăa unor studii de caz pregătite de către studenți	1 seminar
Prezentare proiecte	Prezentarea proiectelor	2 seminarii
Bibliografie 1. Băcanu, B., (2006), Practici de management strategic, Editura Polirom, București 2. Băcanu, B., (2007), Tehnici de analiză în managementul strategic, Editura Polirom, București 3. Băcanu, B. (2009), Management strategic în turism: concepte și studii de caz. Editura Polirom, București- disponibilă la BCU 4. Bordean, O. (2010), Strategii manageriale ale întreprinderilor de turism. Ed. Risoprint, Cluj-Napoca disponibilă la Biblioteca Facultății de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor 5. Borza, A. (2012), Management strategic. Ed. Risoprint, Cluj-Napoca disponibilă la Biblioteca Facultății de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor 6. Curta N., C. (2011), Practici de management strategic în turism : studii de caz. Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca. disponibilă la biblioteca Facultății de Business 7. Dess, G. G., Lumpkin, G. T., Eisner, A. B. (2007), Strategic management: text and cases. Ed. McGraw-Hill/Irwin, Boston. . disponibilă la biblioteca Facultății de Business 8. Gică, O.A, (2015), Procesul managementului strategic în întreprinderile mici și mijlocii, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca http://www.editura.ubbcluj.ro/bd/ebooks/pdf/1826.pdf 9. Lynch, R, (2002), Strategia corporativă, Editura ARC, București 10. Pearce, J. A., Robinson, R. B 2007) Strategic management : formulation, implementation, and control. Ed. McGraw-Hill/Irwin, Boston. . disponibilă la biblioteca Facultății de Business 11. Popa, I., (2004), Ghid de realizare a strategiei, Editura ASE București 12. Russu, C., (1999), Management strategic, Editura All Beck, București. 13. Vorzsak, M., Cosma, S., (2008), Diagnosticul strategic al organizației, Ed. Alma Mater, Cluj-Napoca. disponibilă la biblioteca Facultății de Business		

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

În vederea stabilirii conținuturilor disciplinei au fost derulate cercetări documentare privind conținuturile unor discipline similare predate în cadrul altor universități din străinătate.
--

10. Evaluare

- Modul de evaluare se menține și pentru examenele din sesiunea de restanțe. Componentele procesului de evaluare desfășurate pe parcursul semestrului nu pot fi recuperate/refăcute în sesiunile de examinare.
- Pentru a putea cumula punctele obținute pe parcursul semestrului, este necesară obținerea notei minime 5 (cinci) în cadrul examenului final (scris/oral).

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	• înțelegerea noțiunilor de bază; • corectitudinea și amplitudinea cunoștințelor; • coerența logică;	Examen final (este necesar să se obțină minim 5 puncte din cele 10 aferente examenului pentru a se calcula nota finală)	40%



	• limbajul de specialitate;	Prezența la examen se face prin înscriere prin intermediul unui assignment în MSTeams.	
10.5 Seminar/laborator	• aplicarea logică corectă și coerentă a noțiunilor însușite; • explicarea logică și corectă a rezultatelor obținute • întocmirea proiectului și susținerea acestuia	Proiect în echipe de maximum 3 persoane – Diagnosticul strategic al companiei X. Proiectul se va încărca în MSTeams în săptămâna a 11-a a semestrului).	60%
10.6 Standard minim de performanță			
• cunoașterea noțiunilor fundamentale și aplicarea acestora pe exemple; • interpretarea rezultatelor obținute.			

Data completării:

28.03.2025

Semnătura titularului de curs

Conf. univ. dr. Oana Adriana Gică

Semnătura titularului de seminar

Conf. univ. dr. Oana Adriana Gică

Data avizării în departament:

10.04.2025

Semnătura directorului de departament

Conf. univ. dr. Marius Bota