



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	Administrarea afacerilor/master
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență redusă (IFR)

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	Conținut	DS	
							Obligativitate	DO	

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 pe semestru – forma Învățământ cu frecvență redusă	150	din care: 3.5. SI	114	AI	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	- C2. Capacitatea avansată de fundamentare și evaluare a strategiilor și a alternativelor decizionale, selectarea și implementarea acestora în administrarea afacerilor la nivel internațional/ în cadrul companiilor multinaționale; - C4. Abilitatea de adaptare dinamică la schimbările intervenite în mediul de afaceri intern și internațional prin utilizarea pertinentă și nuanțată a informațiilor disponibile
Competențe transversale	- CT1. Promovarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în condiții de autonomie și independență profesională; - CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă și aplicarea acestora în cadrul companiilor

6.2. Rezultatele învățării

Cunoștințe	- Absolventul deține cunoștințe aprofundate privind diverse teorii economice și de management. - 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	- Absolventul are o capacitate crescută de utilizare a tehnicilor și a instrumentelor complexe de analiză a mediului organizațional, pentru adaptarea firmei la cerințele și la provocările identificate; absolventul este capabil să analizeze contexte complexe și poate identifica, recomanda și implementa strategii, tehnici și metode avansate de rezolvare a problemelor conexe administrării afacerilor. - 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	- Absolventul 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 și componentelor procesului de management strategic; - cunoașterea esenței și instrumentelor specifice diagnosticului extern și intern; - cunoașterea marilor axe strategice alternative - cunoașterea modalităților de implementare a strategiei alese; - cunoașterea metodelor de control al implementării strategiei alese.



8. Conținuturi

8.1 AI, SI	Metode de predare	Observații
Strategie, management strategic- delimitări conceptuale	Prelegere interactivă	9% din timpul de studiu
Componentele strategiei	Prelegere interactivă	9% din timpul de studiu
Diagnosticul mediului extern	Prelegere interactivă	26% din timpul de studiu
Diagnosticul mediului intern	Prelegere interactivă	26% din timpul de studiu
Sinteza diagnosticului strategic	Prelegere interactivă	10% din timpul de studiu
Tipologia strategiilor	Prelegere interactivă	10% din timpul de studiu
Evaluarea alternativelor strategice	Prelegere interactivă	10% din timpul de studiu
Prezentare proiecte	Discuții și dezbateri pe baza proiectelor	
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 ST	Metode de predare-învățare	Observații
Diagnosticul mediului extern al companiei X	Lucru în echipă	3 ore (fiecare student)
Diagnosticul mediului intern al companiei X. Strategii propuse	Lucru în echipă	3 ore (fiecare student)
8.3 SF	Metode de predare-învățare	Observații
Prezentarea conținutului și cerințelor disciplinei.		
Viziune, misiune, valori, obiective strategice	Analiza și dezbaterile unor studii de caz pregătite de către studenți	10% din timpul de studiu
Diagnosticul extern - identificarea naturii mediului; analiza PESTEL	Analiza și dezbaterile unor studii de caz pregătite de către studenți	15% din timpul de studiu



Diagnosticul extern - Modelul Porter	Analiza și dezbaterăa unor studii de caz pregătite de către către studenți	15% din timpul de studiu
Diagnosticul extern - harta grupelor strategice din sector; concluzia diagnosticului extern: analiza oportunităților și amenințărilor	Analiza și dezbaterăa unor studii de caz pregătite de către către studenți	10% din timpul de studiu
Diagnosticul intern: analiza resurselor (modelul VRIO); analiza proceselor - determinarea poziției concurențiale a proceselor în raport cu media sectorului; modelul 7S McKinsey; modelul GAP	Analiza și dezbaterăa unor studii de caz pregătite de către studenți	20% din timpul de studiu
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	20% din timpul de studiu
Sinteza diagnosticului strategic - analiza SWOT (matricile MEFI și MEFE)/ analiza SPACE	Analiza și dezbaterăa unor studii de caz pregătite de către studenți	10% din timpul de studiu
Prezentare proiecte	Prezentarea proiectelor	
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 AI, SI	• înțelegerea noțiunilor de bază; • corectitudinea și amplitudinea cunoștințelor; • coerența logică; • limbajul de specialitate;	<i>Examen final</i> <i>(este necesar să se obțină minim 5 puncte din cele 10 aferente examenului pentru a se calcula nota finală)</i> Prezența la examen se face prin înscriere prin intermediul unui assignment în MSTeams.	40%
10.5 ST	• aplicarea logică corectă și coerență 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 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