



UNIVERSITATEA ROMÂNĂ-AMERICANĂ
ACREDITATĂ PRIN LEGEA 274/15 MAI 2002

GHID DE STUDII

Programul de studii universitare de masterat

MANAGEMENTUL STRATEGIC AL FIRMEI

ALEGEREA TA, VIITORUL TĂU,

ALEGE SĂ FII CEL MAI BUN !



FACULTATEA DE
MANAGEMENT-MARKETING

Bd. Expoziției 1B, București, Sector1,

Etaj 3 (sala 303)

Telefon: +40.314.070.334

e-mail: mm@rau.ro

web: www.rau.ro

MANAGEMENTUL STRATEGIC AL FIRMEI

Domeniul de studii universitare de master acreditat: Management

Număr puncte credit transferabile (ECTS): 120

Durata studiilor: 2 ani

Forma de învățământ: IF

Limba de predare: Română

Pentru a oferi un mediu integrat de învățare și cercetare, Facultatea de Management-Marketing organizează programul de studii universitare de masterat „Managementul Strategic al Firmei” (reprezentând ciclul II al studiilor universitare), cursuri de zi, în domeniul fundamental Științe economice, Domeniul de licență (ciclul I) „Management”, Specializarea „Management”. Programul de studii universitare de masterat „Managementul Strategic al Firmei” asigură aprofundarea studiilor universitare de licență în domeniul managementului și furnizează masteranzilor competențe profesionale și de cercetare științifică specializate.

Misiunea programului de studii universitare de masterat „Managementul Strategic al Firmei” este de a forma manageri profesioniști, cu competențe în domeniul managementului strategic, capabili să conducă și să administreze organizații de tip economic funcționale pe o piață globală, într-o economie a cunoașterii și într-un mediu de afaceri aflat în continuă schimbare. Caracteristica distinctivă a programului de studii universitare de masterat constă în adecvarea curriculei la standardele educaționale naționale și europene, la dinamica și exigențele pieței muncii, având în structura sa, discipline de cunoaștere avansată în domeniul managementului și în egală măsură, o accentuată componentă de cercetare științifică.

Obiectivele programului de studii universitare de masterat „Managementul Strategic al Firmei” vizează în principal:

- Formarea unui comportament managerial profesionist specialiștilor din domeniul managementului strategic;
- Optimizarea activităților practice integrate în ansamblul procesului didactic și dezvoltarea laturii vocaționale a specialiștilor în management strategic;
- Abordarea în viziune sistemică, integratoare, a celor mai importante aspecte implicate de fundamentarea, elaborarea, implementarea și evaluarea strategiei unei firme în contextul internaționalizării activităților, globalizării și trecerii la economia bazată pe cunoaștere;

- Asimilarea conceptelor fundamentale ale managementului strategic, care au relevanță pentru profesionalizarea activității în domeniul respectiv;
- Evidențierea rolului determinant al managerilor, a caracteristicilor sale și multiplelor funcții pe care le exercită în firma contemporană;
- Axarea problematicii managementului strategic pe utilitatea și oportunitatea economică, elemente specifice determinante pentru funcționalitatea și competitivitatea firmelor;
- Compatibilizarea modului de gândire strategică și acțiune cu exigențele actuale ale mediului concurențial;
- Evidențierea rolului determinant al managerilor în creșterea eficienței organizațiilor, a caracteristicilor acestora și multiplelor funcții pe care le exercită în firma contemporană;
- Formarea profilului etic – profesional al specialiștilor în domeniul managementului strategic al firmei;
- Dobândirea de competențe de specialitate și abilități cognitive specifice: capacitatea de adaptare la medii concurențiale aflate în continuă schimbare, capacitatea de proiectare, elaborare și implementare a strategiilor economice și manageriale, capacitatea de adoptare a deciziilor manageriale în diferite stări ale condițiilor obiective, abilități de leadership la nivel organizațional, abilitatea de a lucra în echipă, de a antrena și motiva angajații și de a gestiona conflictele la nivel organizațional.

Programul de studii universitare de masterat „*Managementul Strategic al Firmei*” aprofundează aspectele moderne ale managementului general și strategic, pornind de la premisa că „revoluția” cunoștințelor și globalizarea au condus la redefinirea universului organizațiilor economice, redirecționând gândirea managerială și strategică. În acest context, în prim-planul planificării strategice apare necesitatea reconceptualizării strategiei, redefinirii misiunii strategice, practicării unui management strategic axat pe valorile intangibile, reproiectării sistemului de management, creării unor instrumente noi de captare a fluxurilor de valoare și a unor mecanisme care să recompenseze crearea de valoare.

Programul de studii universitare de masterat va urmări cunoașterea, înțelegerea și utilizarea specializată a conceptelor, teoriilor, modelelor și metodelor din domeniul managementului care să conducă la formarea și dezvoltarea abilităților de a explica și interpreta problematici specifice, de a realiza conexiuni cu alte domenii economice, de a formula judecăți de valoare în domeniul managementului strategic al firmei, de a soluționa probleme în contexte noi, de a realiza o reflecție critic-constructivă asupra managementului precum și a relațiilor cu alte domenii.

Absolvenții programului de studii universitare de masterat „*Managementul Strategic al Firmei*” vor avea capacitatea de a practica, la nivel de înaltă competență, activități specifice

managementului general și strategic al firmei, prin utilizarea cunoștințelor dobândite în procesul formativ, experienței în profesie, calităților psihologice și trăsăturilor de personalitate.

Perspective profesionale:

- *Consilier economic (111211);*
- *Director societate comercială (112004);*
- *Director adjunct societate comercială (112005);*
- *Director general societate comercială (112011);*
- *Director general adjunct societate comercială (112012);*
- *Director general regie autonomă (112014);*
- *Director general adjunct regie autonomă (112015);*
- *Director comercial (112017);*
- *Director/director adjunct (112019);*
- *Director economic (112020);*
- *Director tehnic (112024);*
- *Director incubator tehnologic de afaceri (112026);*
- *Director departament cercetare – dezvoltare (112027);*
- *Manager general (112028);*
- *Manager (112029);*
- *Director resurse umane (112033);*
- *Manager resurse umane (121207);*
- *Manager marketing (tarife, contracte, achiziții) (122107);*
- *Director proiect (122313);*
- *Manager achiziții (132448);*
- *Manager aprovizionare (132450);*
- *Manager relația cu furnizorii (132451);*
- *Specialist în planificarea, controlul și raportarea performanței economice (242110);*
- *Consultant în management (263107);*
- *Manager al sistemelor de management al calității (325701).*

DISCIPLINE DE STUDIU

DISCIPLINE OBLIGATORII

MANAGEMENTUL SCHIMBĂRII ȘI INOVĂRII – crearea și dezvoltarea capacității de a înțelege necesitatea schimbărilor organizaționale și inovării ca factor de creștere a competitivității firmelor contemporane. **6 ECTS**

MANAGEMENT OPERAȚIONAL – furnizarea de cunoștințe și dezvoltarea abilităților necesare pentru operaționalizarea managementului în domeniul productiv al organizațiilor economice din diverse sectoare de afaceri. **6 ECTS**

FINANȚE CORPORATIVE – prezentarea fondului principal de cunoștințe care constituie conținutul finanțelor corporatiste și formarea unei concepții manageriale moderne utile în conducerea și administrarea corporațiilor. **6 ECTS**

MANAGEMENTUL MARKETINGULUI – furnizarea cunoștințelor de specialitate privind organizarea, implementarea și controlul activităților de marketing la nivelul firmei. **6 ECTS**

SISTEME SUPORT PENTRU ADOPTAREA DECIZIILOR – aprofundarea cunoștințelor necesare pentru proiectarea și utilizarea unui sistem suport de decizie ca parte a sistemului de management și tehnologiile informatice asociate acestuia. **6 ECTS**

STRATEGII ȘI POLITICI ANTREPRENORIALE – crearea și dezvoltarea competențelor privind fundamentarea, elaborarea, implementarea și evaluarea eficienței strategiilor antreprenoriale. **6 ECTS**

MANAGEMENTUL PROIECTELOR – furnizarea competențelor specifice managementului proiectelor la nivelul firmei, respectiv elaborare, implementare, monitorizare, control și evaluare a eficienței economice. **6 ECTS**

LEADERSHIP ȘI CULTURĂ ORGANIZAȚIONALĂ – studiul conceptelor, principiilor, tehnicilor și metodelor specifice leadership-ului și culturii organizaționale, dezvoltarea abilității de a conduce performant o firmă în context multicultural, dezvoltarea unei culturi organizaționale antreprenoriale, la confluența dintre management-afaceri-comunicare și psihologie în contextul firmei globale. **6 ECTS**

TEHNICI DE PROMOVARE A AFACERILOR INTERNAȚIONALE – aprofundarea cunoștințelor privind conceptele și instrumentarul specific domeniului activității promoționale, dobândirea abilității de a elabora, organiza și monitoriza desfășurarea unei campanii promoționale. **6 ECTS**

PROIECTE I (CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ DE SPECIALITATE) – furnizarea cunoștințelor de specialitate privind metodologia cercetării științifice în domeniul economic, dezvoltarea capacității creativ-inovative în domeniul managementului organizațional și dezvoltarea abilităților de comunicare și lucru în echipă. **3 ECTS**

MANAGEMENTUL PERFORMANȚEI – cunoașterea conceptelor și componentelor cheie ale managementului performanței, însușirea celor mai bune practici privind proiectarea, implementarea și utilizarea indicatorilor-cheie pentru măsurarea performanței în afaceri. **6 ECTS**

POLITICI ȘI STRATEGII ÎN MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE – abordarea strategică a managementului resurselor umane și crearea unui nou mod de a gândi și de a percepe fenomenele economice și sociale în care sunt implicate resursele umane. **6 ECTS**

MANAGEMENTUL RELAȚIILOR CU CLIENȚII – prezentarea cunoștințelor specifice CRM, evaluarea impactului strategic, operațional și analitic al CRM asupra performanțelor firmei. **6 ECTS**

MANAGEMENTUL AFACERILOR INTERNAȚIONALE – abordarea celor mai importante aspecte ale desfășurării activităților economice externe – forme de organizare ale comerțului internațional, promovarea afacerilor externe, organizarea negocierilor internaționale, clauzele operațiunilor de export-import, plăți internaționale, operațiuni comerciale combinate și complexe, mecanismul de funcționare a licitațiilor. **6 ECTS**

PROIECTE II (CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ DE SPECIALITATE) – furnizarea cunoștințelor de specialitate privind metodologia cercetării științifice în domeniul economic, dezvoltarea capacității creativ-inovative în domeniul managementului organizațional și dezvoltarea abilităților de comunicare și lucru în echipă. **3 ECTS**

MANAGEMENT STRATEGIC – furnizarea cunoștințelor de specialitate privind managementul strategic, dezvoltarea capacității de analiză strategică a firmei, dezvoltarea abilităților necesare pentru adaptarea managementului strategic la specificul organizațiilor de tip economic din diverse sectoare de afaceri, în context multicultural globalizat. **5 ECTS**

DISCIPLINE OPȚIONALE

MARKETING ȘI AFACERI ONLINE – prezentarea principalelor concepte, metode și tehnici moderne de analiză, proiectare și exploatare a sistemelor informatice interactive online, stabilirea și prezentarea modelelor de e-business existente, cunoașterea aplicațiilor integrate de e-business de tip ERP, CRM, SCM și e-procurement. **6 ECTS**

PROTOCOL ȘI ETICHETĂ DIPLOMATICĂ ȘI DE AFACERI – urmărește înțelegerea

noțiunilor privind istoria și practica negocierii. Disciplina dezvoltă abilitățile de comunicare diplomatică și capacitatea de a realiza portofoliu de organizare a unui eveniment de protocol. De asemenea, studenții se vor familiariza cu mediul de protocol și cerimonial diplomatic. **6 ECTS**

MARKETING DIRECT – studierea unui sistem interactiv de marketing ce folosește o paletă largă de medii, pentru a ajunge la consumator, în obținerea unui răspuns măsurabil; studierea managementului relațiilor cu clienții în cadrul global al activității de marketing a organizației. **6 ECTS**

STRATEGII DE NEGOCIERE – furnizarea noțiunilor de bază privind pregătirea și organizarea negocierii, evidențierea particularităților interculturale în negocierea internațională de afaceri, crearea și dezvoltarea unor abilități practice privind negocierea. **6 ECTS**

ETICĂ ȘI RESPONSABILITATE CORPORATISTĂ – studierea principalilor determinanți ai conceptelor de etică/ legalitate/moralitate la nivelul afacerilor internaționale; cunoașterea principalelor reglementari la nivel internațional privind etica în afacerile internaționale precum. **6 ECTS**

MANAGEMENT COMPARAT – cunoașterea modului în care diferitele sisteme economice, sociale și culturale influențează atitudinile și comportamentele manageriale, dezvoltarea capacității de a identifica similaritățile și deosebirile dintre sistemele multiculturale și implicit a modului în care acestea influențează managementul strategic al firmei. **6 ECTS**

PLANIFICARE DE MARKETING – elementelor fundamentale ale planificării strategice de marketing, dobândirea de abilități pentru elaborarea unor planuri strategice de marketing eficiente. **6 ECTS**

DERULAREA TRANZACȚIILOR COMERCIALE – are rolul de a transmite informațiile necesare privind inițierea și fundamentarea unei operațiuni de comerț exterior. O caracteristică a cursului o constituie interdisciplinaritatea, îmbinând, mai multe discipline economice pe care un economist trebuie să le cunoască pentru a încheia contracte comerciale internaționale la nivelul standardelor economice contemporane. De asemenea, studenții se vor familiariza cu noțiuni legate de politici comerciale, de contractarea internațională, de tehnicile de plată în tranzacțiile comerciale și de operațiunile de import-export. **6 ECTS**