

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea “Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea	Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Economie
1.4 Domeniul de studii	Afaceri Internaționale
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii/Calificarea	Administrarea Afacerilor Internaționale

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	CONCURENȚA ȘI COMPETITIVITATE INTERNACIONALĂ						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	2.7 Regimul disciplinei	O

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp	ore				
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	84				
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	39				
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	41				
Tutoriat	2				
Examinări	2				
Alte activități.....					
3.7 Total ore studiu individual	168				
3.9 Total ore pe semestru	210				
3. 10 Numărul de credite	7				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Analiza Statistica, Marketing, Management, Afaceri Internaționale
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none">

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<p>Studentii se vor prezenta la cursuri cu telefoanele mobile închise.</p> <input type="checkbox"/> Nu va fi acceptată întârzierea studenților la cursuri.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<p>Studentii se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise.</p> <input type="checkbox"/> Nu va fi acceptată întârzierea studenților la seminarii.



6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnoza statistica in domeniul afacerilor internationale, analiza si interpretarea de date statistice si informatii referitoare la probleme economice din cadrul afacerilor internationale. • Realizarea de lucrari de natura economica prin intermediul prelucrarilor statistice, la nivelul societatilor comerciale, institutii private si publice ce isi desfasoara activitatea in sfera afacerilor internationale
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicarea principiilor, normelor si valorilor eticii profesionale in cadrul propriei strategii de munca riguroasa, eficienta si responsabila • Identificarea oportunitatilor de formare continua si valorificarea eficienta a resurselor si tehnicilor de invatare pentru propria dezvoltare

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Prezentarea principiilor de bază ale concurenței și competitivității internaționale, prin introducerea graduală în domeniul analizelor diagnostic ale strategiilor firmelor • Dezvoltarea capacităților de a efectua analize diagnostic ce tratează competitivitățile firmelor ce desfac produse la nivel internațional
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Realizarea unei strânse corelații cu planul de învățământ al specializării Administrarea Afacerilor Internaționale, cât și a unei legături puternice cu misiunea și obiectivele acestei specializări.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. ANALIZA CONCURENTEI <ul style="list-style-type: none"> - Identificarea concurenților firmei - Identificarea strategiilor firmei - Determinarea obiectivelor concurenților - Identificarea punctelor forte și slabe ale concurenților - Aprecierea reacției consumatorilor - Cum influențează aprecierea nivelului concurenței la creșterea competitivității (2 ore)	prelegere	
2. PROIECTAREA UNUI SISTEM INFORMATIONAL COMPETITIV <ul style="list-style-type: none"> - Alegerea concurenților de atacat - Orientarea spre consumator sau spre concurența (2 ore)	prelegere	
3. ANALIZA MACROMEDIULUI <ul style="list-style-type: none"> - Analiza tendințelor macromediului - Identificarea principalelor forte ale macromediului și reacția firmei la acestea (mediul demografic, mediul economic, mediul natural, mediul tehnologic, mediul politic, mediul cultural) (2 ore)	prelegere	
4. DINAMICA STRATEGICA, SISTEMUL STRATEGIC SI STRATEGIILE DE	prelegere	



PIATA - Strategia de creare si dominare de piata (exemplu McDonald's) - Strategia de anvergura de piata (2 ore)		
5. DINAMICA STRATEGICA, SISTEMUL STRATEGIC SI STRATEGIILE DE PIATA - Strategia de anvergura de produse - Strategia avantajelor de costuri si mondializare (exemplu Honda) (2 ore)	prelegere	
6. STRATEGIILE DE MARKETING APLICATE DE LEXUS SI MERCEDES - Modelul LEXUS la concurenta cu modelul MERCEDES (2 ore)	prelegere	
7. STRATEGIILE DE MARKETING APLICATE DE LIDERI - Extinderea pietei - Apararea pozitiei ocupate pe piata - Cresterea cotei de piata (2 ore)	prelegere	
8. ANALIZA PIETELOR DE CONSUM - Principalii factori care influenteaza comportamentul de cumparare (factori culturali, factori psihologici, factori sociali) (2 ore)	prelegere	
9. ANALIZA PIETELOR DE AFACERI SI A COMPORTAMENTULUI DE CUMPARARE AL FIRMEI - Piata de afaceri - Piata organizatiilor guvernamentale (2 ore)	prelegere	
10. EVOLUTIA PIETELOR SI A CONCURENTEI - Fazele pietelor - Factorii determinanti ai dinamicii concurentei intre produse (2 ore)	prelegere	
11. MODELUL TEHNOCRATIC, PROGNOZA SI PREGATIRE - Modelul tehnocratic (exemplu de previziune la firma BOEING pentru piata de avioane comerciale) (2 ore)	prelegere	
12. MODELUL POLITIC, MODELAREA SI CONTROLUL VIITORULUI FIRMEI - Modelarea contextului socio-politic - Modelarea contextului tehnologic - Modelarea pietelor si a concurentei (2 ore)	prelegere	
13. MODELUL STRUCTURAL, CRESTEREA FLEXIBILITATII FIRMEI - Concentrarea firmei asupra competentelor sale esentiale - Dezvoltarea, acumularea si protejarea resurselor strategice ale firmei (2 ore)	prelegere	
14. CONTROLUL STRATEGIEI DE MARKETING - Evaluarea eficientei activitatii de marketing	prelegere	



- Analiza statistica a maiestriei de marketing (2 ore)		
Bibliografie 1. Philip Kotler - „Managementul marketingului”, Editura Teora, Bucuresti, 1999 2. Yvan Allaire - „Management strategic”, Editura Economica, Bucuresti, 1998 3. Pecican Eugen Stefan – „Crestere si Convergenta Economica”, Editura Economica, Bucuresti, 2001		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
2. Analiza diagnostic a concurenților firmei (strategiile firmei, obiectivele concurenților firmei) (2 ore)	prelegere	
2. Etalarea aspectelor competitive privind proiectarea sistemului informational al firmei (culegerea informațiilor ce focalizează concurenții firmei) (2 ore)	prelegere	
3. Prezentarea aspectelor ce tratează analiza macromediului (analiza tendințelor macromediului, forțele macromediului) (2 ore)	prelegere	
4. Evidențierea sistemului strategic și a strategiilor de piață a. Strategia de creare și dominare de piață (exemplu McDonald's) b. Strategia de anvergură de piață (2 ore)	prelegere	
5. Etalarea strategiilor de piață a. Strategia de anvergură de produse b. Strategia avantajelor de costuri și mondializare (exemplu Honda) (2 ore)	prelegere	
6. Tratarea strategiilor de marketing utilizate de LEXUS și MERCEDES - Modelul LEXUS la concurența cu modelul MERCEDES (2 ore)	prelegere	
7. Prezentarea strategiilor de marketing aplicate de lideri a. Extinderea pieței b. Apararea poziției ocupate pe piață c. Creșterea cotei de piață (2 ore)	prelegere	
8. Analiza diagnostic a pietelor de consum a. Principalii factori care influențează comportamentul de cumpărare (factori culturali, factori psihologici, factori sociali) (2 ore)	prelegere	
9. Analiza diagnostic a pietelor de afaceri a. Piața de afaceri b. Piața organizațiilor guvernamentale (2 ore)	prelegere	



<p>10. Tratarea etapelor dinamicii pietelor produselor si a concurenței între produse a. Fazele pietelor b. Factorii determinanți ai dinamicii concurenței între produse</p> <p>(2 ore)</p>	prelegere	
<p>11. Etalarea MODELULUI TEHNOCRATIC și prognoza statistică a. Modelul tehnocratic (exemplu de previziune la firma BOEING pentru piața de avioane comerciale)</p> <p>(2 ore)</p>	prelegere	
<p>12. Evidențierea MODELULUI POLITIC, MODELAREA ȘI CONTROLUL VIITORULUI FIRMEI a. Modelarea contextului socio-politic b. Modelarea contextului tehnologic c. Modelarea pietelor și a concurenței</p> <p>(2 ore)</p>	prelegere	
<p>13. Tratarea MODELULULUI STRUCTURAL ȘI A CREȘTERII FLEXIBILITĂȚII FIRMEI a. Concentrarea firmei asupra competențelor sale esențiale b. Dezvoltarea, acumularea și protejarea resurselor strategice ale firmei</p> <p>(2 ore)</p>	prelegere	
<p>14. Punerea în relief a controlului strategiei de marketing a. Evaluarea eficienței activității de marketing b. Analiza statistică a măiestriei de marketing</p> <p style="text-align: right;">(2 ore)</p>		
<p>Bibliografie 1. Philip Kotler - „Managementul marketingului”, Editura Teora, București, 1999 2. Yvan Allaire - „Management strategic”, Editura Economica, București, 1998 3. Pecican Eugen Stefan – „Creștere și Convergența Economică”, Editura Economica, București, 2001</p>		

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

- În vederea reflectării secțiunilor specifice ale conținutului disciplinei Concurența și Competitivitate Internațională și a metodologiei de învățare a acesteia, studenții vizitează Direcția Județeană de Statistică

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- Abordarea conceptuală, precum și a metodelor și procedurilor utilizate în Concurența și Competitivitatea Internațională	Examen scris	70 %
	- Capacitatea de realizare analize diagnostice și prognoze statistice, de a realiza modele ale evoluțiilor fenomenelor economice.		



10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"> - Insusirea si intelegerea problematii tratate la curs si seminar. - Capacitatea de a modela evolutia fenomenelor economice. 	- Realizarea unui proiect	30 %
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitatea de a cunoaste tehnicile si tacticile specifice negocierilor in afacerile internationale ale firmelor 			

