

Managementul Sistemelor Energetice (MS8)

Competențe

- Capacitatea de elaborare și fundamentare economică a proiectelor de dezvoltare industrială din Ingineria Energetică, de înțelegere și rezolvare a problemelor specifice managementului și finanțării proiectelor;
- Capacitatea de identificare, formulare și evaluare economică a soluțiilor de reducere a poluării mediului;
- Capacitatea de analiză și modelare utilizate pentru evaluarea și îmbunătățirea prestării serviciilor, de măsurare a satisfacției clienților, de măsurare a calității serviciilor, de identificare și implementare a strategiilor adecvate;
- Capacitatea de proiectare a procesului de cercetare de marketing, de proiectare a strategiei de marketing, de elaborare a planului de marketing;
- Capacitatea de fundamentare a deciziilor pentru rezolvarea problemelor apărute în procesele de producție și distribuție a energiei, de evaluare a performanțelor sistemelor de energie;
- Capacitatea de identificare și analiză a tendințelor existente pe piața globală;
- Capacitatea de utilizare a modelelor și instrumentelor care analizează maximizarea valorii firmei și relația dintre deciziile financiare, strategia corporatistă și valoare;
- Capacitatea de înțelegere a conceptului de comportament organizațional, a tipurilor de cultură organizațională, de identificare a raporturilor dintre personalul de conducere și cel de execuție în cadrul diferitelor tipuri de organizații;
- Capacitatea de utilizare a tehnicilor de comunicare pentru prezentarea organizației, proiectarea și organizarea evenimentelor de promovare a produselor (bunurilor și/sau serviciilor) industriale.

Competences

- The capacity of developing on economic basis the industrial development projects in Power Engineering, understanding and solving specific problems of project management and financing;
- The capacity to identify, formulate and assess on economic basis the solutions to reduce environmental pollution;
- The capacity of analysis and modelling used to assess and improve service delivery, customer satisfaction measurement, service quality measurement, identification and implementation of appropriate strategies;
- The capacity to design the marketing research process, to design the marketing strategy, to develop the marketing plan;
- The capacity to solve problems underlying the decisions arising in energy production and distribution processes, to assess the performance of power systems;
- The capacity to identify and analyze global trends in the market;
- The capacity to use models and tools for maximizing the value of the firm and examines the relationship between financial decisions, corporate strategy and value;
- The capacity to understand the concept of organizational behaviour, types of organizational culture, to identify relationships between staff and executive management in various types of organizations;
- The capacity to use communication techniques to present the organization, planning and organizing events to promote industrial products (goods and / or services).