

**Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți**  
**Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului**  
**Catedra de științe economice**  
**Tematica proiectelor de curs, ciclul I, pentru anul universitar 2017 - 2018**  
**Specialitatea *Business și Administrare***

**Aprobat**

la ședința Catedrei de Științe Economice  
Proces verbal nr. 16 din 12.05.2017

Șef catedră   
dr., conf.univ., **Carolina TCACI**

**1. Fundamentele managementului organizației (I-II)**

1. Mediul extern al întreprinderii și influența lui asupra întreprinderii.
2. Sistemul managerial al întreprinderii în condițiile economice actuale.
3. Competitivitatea drept criteriu de bază al eficienței managementului în economia Republicii Moldova.
4. Conflictul în teoria și practica managerială și metodele de soluționare a lui.
5. Modelul decizional în conducerea întreprinderii și problemele utilizării lui.
6. Restructurarea sistemului managerial în condițiile economice actuale.
7. Problemele dezvoltării și modelul managerial în întreprinderile mixte.
8. PUBLIC RELATIONS - comunicarea între firmă și mediul ei.
10. Problemele dezvoltării și modelul managerial în întreprinderile micului business.
11. Analiza metodelor manageriale în sistemul de management contemporan.
12. Mediul intern al firmei: specific, probleme, căi de soluționare.
13. Analiza comparativă a metodelor de adoptare a deciziilor manageriale.
14. Factorii succesului și conducerea eficientă a întreprinderii.
15. Metode și instrumente de planificare și prognozare în activitatea întreprinderii.
16. Evaluarea adaptării mediului intern la restricțiile mediului extern.
17. Asigurarea eficienței conducerii prin metode social-psihologice.
18. Rolul factorilor motivaționali în obținerea performanței manageriale.
19. Controlul managerial și rolul acestuia în asigurarea rezultativității întreprinderii.
20. Analiza eficienței gestionării stocurilor de mărfuri și materiale ale întreprinderii.
21. Proiectarea structurii organizatorice a întreprinderii.
22. Cultura organizațională - element al strategiei întreprinderii.
23. Rolul echipei manageriale în cadrul întreprinderii de producție.
24. Planificarea în aplicarea strategiei și a politicilor manageriale.
25. Gestiunea calității producției și a produselor.
26. Aprovizionarea tehnico-materială drept element al managementului eficient.
27. Căi de sporire a profitului și rentabilității activității întreprinderii.
28. Managementul calității producției în condițiile economice actuale.
29. Problemele comunicării firmei cu mediul său exterior.
30. Implementarea strategiilor de intervenție pentru reducerea stresului socio-profesional la manageri și angajați.

**2. Managementul aprovizionării și vânzărilor**

31. Strategii ale întreprinderii în domeniul aprovizionării.
32. Forme și metode eficiente de aprovizionare.
33. Gestiunea stocurilor de materiale la întreprindere.
34. Controlul și analiza eficienței activității de aprovizionare.
35. Perfecționarea activității de aprovizionare a întreprinderii.
36. Strategii ale întreprinderii în domeniul desfacerii (vânzărilor).
37. Vânzările complexe ca modalitate eficientă în desfacerea produselor.
38. Gestiunea stocurilor de producție finită.
39. Managementul utilizării eficiente a spațiilor de depozitare a produselor
40. Managementul achizițiilor publice.
41. Parteneriatul cu furnizorii în procesul de aprovizionare.
42. Perfecționarea planificării și organizării aprovizionării tehnico-materiale în unitățile economice.
43. Perfecționarea activității de desfacere în unitățile economice.

### **3. Marketing**

44. Esența și conținutul marketingului.
45. Evoluția marketingului.
46. Domeniile de specializare marketingului
47. Conținutul și rolul mediului de marketing
48. Piața în viziunea de marketing
49. Organizarea cercetării de marketing
50. Elaborarea politicii de produs.
51. Strategia de piață – nucleul politicii de marketing
52. Procesul de creare a noilor produse.
53. Elaborarea politicii de preț
54. Elaborarea politicii de distribuție
55. Elaborarea politicii de comunicare
56. Strategii de produs a întreprinderii.
57. Studierea și analiza comportamentului consumatorului.
58. Distribuția fizică și strategii de dezvoltare a acesteia.
59. Strategii de preț a întreprinderii.
60. Strategii de distribuție.
61. Elaborarea politicii de marketing.
62. Evaluarea mediului de marketing al întreprinderii.
63. Particularitățile cercetărilor de marketing la întreprindere.
64. Marketingul – mix ca instrument de promovare a politicii de marketing.
65. Strategii promoționale utilizate la întreprinderi.
66. Strategii de marketing utilizate în cadrul mediului concurențial.
67. Organizarea activității de marketing în cadrul întreprinderii.
68. Politica de marketing a intermediarilor.
69. Politica de distribuție a producătorilor
70. Elaborarea planului de marketing la firma
71. Organizarea activității de marketing