


Tematica proiectelor de curs, ciclul I, pentru anul universitar 2018 - 2019
Specialitatea *Business și Administrare*

Aprobat

la ședința Catedrei de Științe Economice
Proces verbal nr. 10 din 12.04.2018

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

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.
9. Problemele dezvoltării și modelul managerial în întreprinderile micului business.
10. Analiza metodelor manageriale în sistemul de management contemporan.
11. Mediul intern al firmei: specific, probleme, căi de soluționare.
12. Analiza comparativă a metodelor de adoptare a deciziilor manageriale.
13. Factorii succesului și conducerea eficientă a întreprinderii.
14. Metode și instrumente de planificare și prognozare în activitatea întreprinderii.
15. Evaluarea adaptării mediului intern la restricțiile mediului extern.
16. Asigurarea eficienței conducerii prin metode social-psihologice.
17. Rolul factorilor motivaționali în obținerea performanței manageriale.
18. Controlul managerial și rolul acestuia în asigurarea rezultativității întreprinderii.
19. Analiza eficienței gestionării stocurilor de mărfuri și materiale ale întreprinderii.
20. Proiectarea structurii organizatorice a întreprinderii.
21. Cultura organizațională - element al strategiei întreprinderii.
22. Rolul echipei manageriale în cadrul întreprinderii de producție.
23. Planificarea în aplicarea strategiei și a politicilor manageriale.
24. Gestiunea calității producției și a produselor.
25. Aprovizionarea tehnico-materială drept element al managementului eficient.
26. Căi de sporire a profitului și rentabilității activității întreprinderii.
27. Managementul calității producției în condițiile economice actuale.
28. Problemele comunicării firmei cu mediul său exterior.
29. Implementarea strategiilor de intervenție pentru reducerea stresului socio-profesional la manageri și angajați.

Managementul aprovizionării și vânzărilor

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

Marketing

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

Economie mondială

71. Comerțul exterior al Republicii Moldova
72. Evoluția investițiilor străine directe în Republica Moldova
73. Tendințele migrației forței de muncă din Republica Moldova
74. Rolul întreprinderilor mixte în economia Republicii Moldova