

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, anul universitar 2020 - 2021**  
**Specialitatea *Business și Administrare (studii cu frecvență)***

**Aprobat**  
la ședința Catedrei de Științe Economice  
Proces verbal nr. 10 din 12.02.2021

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

**Fundamentele managementului organizației (I-II)** (conducător științific TCACI Carolina, dr., conf. univ.)

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** (conducător științific OLEINIUC Maria, dr., conf. univ.)

30. Managementul aprovizionării ca o componentă a funcționării eficiente a întreprinderii
31. Managementul activității de aprovizionare a întreprinderii
32. Strategii ale întreprinderii în domeniul aprovizionării
33. Forme și metode eficiente de aprovizionare
34. Gestiunea stocurilor de materiale la întreprindere
35. Gestiunea stocurilor de producție finită
36. Controlul și analiza eficienței activității de aprovizionare

37. Perfecționarea activității de aprovizionare a întreprinderii
38. Managementul activității de desfacere a întreprinderii
39. Strategii ale întreprinderii în domeniul desfacerii (vânzărilor)
40. Vânzările complexe ca modalitate eficientă a desfacerii produselor
41. Perfecționarea activității de desfacere a întreprinderii
42. Planificarea și organizarea activității de depozitare la întreprindere
43. Parteneriatul cu furnizorii în procesul de aprovizionare

**Marketing** (conducător științific SLUTU Rodica, dr., lect. univ.)

44. Apariția și dezvoltarea marketingului în Republica Moldova: aspect teoretic și practic.
45. Analiza micromediului de marketing al întreprinderii și rolul lui în luarea deciziilor de marketing.
46. Analiza macromediului de marketing al întreprinderii și rolul lui în luarea deciziilor de marketing.
47. Evaluarea mediului de marketing al întreprinderii.
48. Dimensiunile pieței întreprinderii.
49. Impactul concurenței asupra pieței (produsului, întreprinderii).
50. Particularitățile pieței bunurilor de utilizare productivă.
51. Cercetarea pieței serviciilor educaționale.
52. Cercetarea pieței serviciilor de transport.
53. Cercetarea pieței serviciilor de bancare.
54. Metode de studiere directe a pieței industriale.
55. Esența și conținutul procesului de segmentare a pieței.
56. Strategii de piață ale întreprinderilor industriale.
57. Aplicarea segmentării pieței și alegerea piețelor-țintă pentru întreprinderea producătoare/comercială
58. Instrumente de cercetare a consumatorului.
59. Evaluarea politicii de produs în cadrul întreprinderii.
60. Analiza politicii sortimentale în cadrul întreprinderii.
61. Analiza mixului de marketing în cadrul întreprinderilor prestatoare de servicii educaționale.
62. Analiza mixului de marketing în cadrul serviciilor bancare.
63. Analiza mixului de marketing în cadrul serviciilor turistice.
64. Politica de promovare a întreprinderii.
65. Rolul și importanța ambalajului în promovarea produsului pe piață.
66. Reclama ca componentă de bază a mixului promoțional.
67. Eficiența activității promoționale al firmelor (comerciale/prestatoare de servicii/industriale).
68. Politica de distribuție în mixul de marketing.
69. Analiza activităților logistice și importanța lor în viziunea de marketing.
70. Politica de preț în mixul de marketing.
71. Implementarea strategiilor de preț în cadrul întreprinderilor.
72. Strategii de marketing la întreprinderile producătoare.
73. Organizarea activității de marketing la întreprindere.
74. Planificarea activității de marketing la întreprindere.
75. Particularitățile aplicării marketingului în întreprinderile mici și mijlocii.

**Economie mondială** (conducător științific BRANAȘCO Natalia, dr., conf. univ.)

76. Comerțul exterior al Republicii Moldova
77. Importanța investițiilor străine directe în Republica Moldova
78. Salariul și procesul de salarizare în Republica Moldova
79. Ocuparea și șomajul în Republica Moldova
80. Evoluția și implicațiile inflației în Republica Moldova

**Managementul activității publicitare** (conducător științific GARBUZ Veronica, dr., lect. univ.)

81. Comportamentul consumatorului online din Republica Moldova
82. Comerțul electronic - o nouă viziune asupra afacerilor
83. Impactul noilor tehnologii în activitatea de publicitate
84. Promovarea afacerilor prin noile media
85. Rolul rețelelor online de socializare în dezvoltarea afacerilor
86. Impactul Social Media Marketing asupra afacerilor
87. Trenduri în comportamentul de consum al Generației Y
88. Publicitatea brandurilor autohtone
89. Strategii de publicitate în industria X (bancară, fashion, etc).

90. Conceperea mix-ului promoțional al companiei
91. Influența reclamelor asupra comportamentului consumatorului

**Economia firmei** (conducător științific GARBUZ Veronica, dr., lect. univ.)

92. Rolul întreprinderilor mici și mijlocii în dezvoltarea economică a țării
93. Managementul personalului întreprinderii în perioade de incertitudine / criză economică
94. Învățarea în organizații. Practici actuale în formarea și dezvoltarea profesională a angajaților
95. Funcțiile și activitățile companiei
96. Structura organizatorică a întreprinderii
97. Analiza modului de formare și gestionare a stocurilor
98. Echilibrul financiar și rentabilitatea companiei
99. Leasing-ul – tehnică alternativă de finanțare a afacerii
100. Factoring-ul – metodă modernă de finanțare a afacerii
101. Strategiile de dezvoltare ale întreprinderii
102. Funcția de producție în cadrul companiei
103. Profitul și rezultatele financiare ale companiei
104. Planul de afacere pentru dezvoltarea firmei
105. Dezvoltarea firmei prin intermediul programelor de finanțare (de stat, internaționale, etc.)
106. Funcția de cercetare-dezvoltare în cadrul companiei

**Managementul resurselor umane** (conducător științific SUSLENCO Alina, dr., lect. univ.)

107. Modificări în recrutarea resurselor umane la întreprindere în contextul pandemiei
108. Procesul selecției resurselor umane la întreprindere în contextul pandemiei
109. Modificări în salarizarea resurselor umane în contextul lucrului la distanță
110. Lucrul la distanță și eficiența sa în cadrul întreprinderii
111. Procesul dezvoltării resurselor umane în contextul învățământului online
112. Factorii creșterii competitivității întreprinderii în contextul crizei pandemice
113. Factorii dezvoltării capitalului uman în contextul învățământului online
114. Prescripții impuse întreprinderilor în organizarea managementului resurselor umane

**Sisteme de planificare în afaceri** (conducător științific SUSLENCO Alina, dr., lect. univ.)

115. Planificarea afacerii în contextul crizei pandemice
116. Factorii planificării strategice a întreprinderii
117. Planul de afaceri ca instrument de interactivitate în cadrul întreprinderii
118. Planificarea fondului de retribuție a muncii în contextul crizei
119. Planificarea comunicării întreprinderii cu mediul său extern prin instrumente social media
120. Modificări în planificarea unei noi afaceri în contextul crizei pandemice

**Etica afacerilor** (conducător științific MOVILĂ Irina, dr. hab., conf. univ.)

121. Dileme etice existente la întreprindere
122. Identificarea problemelor etice la întreprindere
123. Divergențe în respectarea normelor etice la întreprindere în contextul pandemiei
124. Modificări în codul de etică la întreprindere

**Fundamentele managementului organizației II** (conducător științific SUSLENCO Alina, dr., lect. univ.)

125. Modificări în sistemul managerial al întreprinderii industriale în contextul crizei
126. Metode moderne de management în întreprinderile industriale
127. Tehnici de management aplicabile în contextul lucrului la distanță
128. Probleme manageriale în contextul lucrului la distanță
129. Redimensionarea sistemului de management în contextul crizei pandemice
130. Redimensionarea structurii de producție a întreprinderilor
131. Factorii creșterii productivității muncii la întreprindere în contextul crizei pandemice
132. Redimensionarea capacităților de producție în contextul crizei