

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 2021 - 2022
Specialitatea *Business și Administrare (studii cu frecvență redusă)*

Aprobat

la ședința Catedrei de Științe Economice
Proces verbal nr. 9 din 21.01.2022
Șef catedra Carolina
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 desfacerii (vânzărilor) (conducător științific OLEINIUC Maria, dr. hab., conf. univ.)

30. Dezvoltarea companiei prin perfecționarea activității de desfacere.
31. Dezvoltarea produselor și aprovizionarea la nivel Mondial
32. Gestiunea stocurilor la întreprindere.
33. Managementul activității de aprovizionare a întreprinderii.
34. Managementul activității de desfacere (vânzări) a întreprinderii
35. Managementul lanțurilor de aprovizionare și distribuție
36. Perfecționarea activității de aprovizionare a întreprinderii
37. Perfecționarea activității de desfacere (vânzări) a întreprinderii
38. Controlul și analiza eficienței activității de aprovizionare.

39. Controlul și analiza eficienței procesului de desfacere
40. Managementul relațiilor cu furnizorii – parte componenta a managementului aprovizionării
41. Managementul riscurilor lanțului de aprovizionare
42. Strategiile întreprinderii în domeniul aprovizionării
43. Strategiile întreprinderii în domeniul desfacerii (vânzărilor)
44. Tendințe în gestiunea lanțurilor de aprovizionare
45. Valorificarea oportunităților în aprovizionare în contextul globalizării
46. Vânzările complexe – modalitate eficientă de extindere a vânzărilor
47. Vânzările complexe ca modalitate eficientă a desfacerii produselor

Managementul IMM (conducător științific OLEINIUC Maria, dr. hab., conf. univ.)

48. Antreprenoriatul social în Republica Moldova și experiența străină
49. Dezvoltarea antreprenoriatului feminin în Republica Moldova
50. Dezvoltarea IMM în Republica Moldova: tendințe și provocări
51. Dezvoltarea spiritului antreprenorial prin educație
52. Evoluția dezvoltării afacerilor de familie ca formă de activitate antreprenorială
53. Factori determinanți ai comportamentului antreprenorial în cazul tinerilor
54. Franchising – modalitate eficientă de lansare în afaceri
55. Metode moderne de management utilizate în IMM
56. Particularitățile afacerilor on-line în Republica Moldova
57. Planificarea strategică și factorii care influențează alegerea strategiei
58. Provocări ale antreprenoriatului senior în societatea contemporană
59. Riscuri și beneficii în activitatea antreprenorială
60. Spiritul antreprenorial - sursa a unor afaceri de succes
61. Trenduri socio- culturale cu impact asupra mediului de afaceri
62. Achiziția colaborativă – una din soluțiile diminuării cheltuielilor pentru întreprinderile mici și mijlocii
63. Analiza proceselor de înființare și gestionare a propriei afaceri: limite și perspective
64. Antreprenoriatul digital în Republica Moldova
65. Antreprenoriatul social – formă de implicare a persoanelor aparținând grupurilor defavorizate în activități economice
66. Pirateria și contrafacerea: esență, cauze, efecte
67. Startup-uri ecologice
68. Planul de afaceri ca instrument indispensabil al întreprinderii start-up

Managementul calității (conducător științific OLEINIUC Maria, dr. hab., conf. univ.)

69. Analiza sistemului existent de management al calității la întreprindere și elaborarea de propunerilor pentru perfecționarea acestuia
70. Realizarea principiilor managementului calității totale la întreprinderile autohtone: beneficii și dificultăți
71. Orientarea către client în sistemul de management al calității
72. Implementarea și costurile implementării sistemelor de management al calității
73. Etape și bariere în implementarea sistemelor de management al calității
74. Auditul sistemului de management al calității. Principii, etape, documentație
75. Planificarea calității
76. Metode de analiză și control al calității
77. Managementul calității totale
78. Managementul calității totale și probleme ale implementării în cadrul întreprinderii
79. Managementul calității producției.

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

80. Apariția și dezvoltarea marketingului în Republica Moldova: aspect teoretic și practic.
81. Analiza micromediului de marketing al întreprinderii și rolul lui în luarea deciziilor de marketing.
82. Analiza macromediului de marketing al întreprinderii și rolul lui în luarea deciziilor de marketing.
83. Analiza mediului de marketing al întreprinderii.
84. Particularitățile aplicării marketingului în practică (în baza întreprinderii).
85. Impactul concurenței asupra pieței (produsului, întreprinderii).
86. Particularitățile pieței bunurilor de utilizare productivă.

87. Analiza pieței serviciilor educaționale.
88. Analiza pieței serviciilor de transport.
89. Analiza pieței serviciilor de bancare.
90. Metode de studiere directe a pieței industriale.
91. Strategii de piață ale întreprinderilor industriale.
92. Aplicarea segmentării pieței și alegerea piețelor-țintă pentru întreprinderea producătoare/comercială
93. Instrumente de cercetare a consumatorului.
94. Politica de produs în mixul de marketing.
95. Analiza politicii sortimentale în cadrul întreprinderii.
96. Particularitățile mixului de marketing în cadrul întreprinderilor prestatoare de servicii educaționale.
97. Particularitățile mixului de marketing în cadrul serviciilor bancare.
98. Particularitățile mixului de marketing în cadrul serviciilor de turistice.
99. Politica de promovare în mixul de marketing.
100. Rolul și importanța ambalajului în promovarea produsului pe piață.
101. Studiarea tehnicilor de merchandising.
102. Reclama ca componentă de bază a mixului promoțional.
103. Eficiența activității promoționale al firmelor (comerciale/prestatoare de servicii/industriale).
104. Politica de distribuție în mixul de marketing.
105. Comerțul cu amănuntul și rolul lui în strategia de circulație a mărfurilor.
106. Comerțul cu ridicata și rolul lui în strategia de circulație a mărfurilor.
107. Politica de preț în mixul de marketing.
108. Strategii de preț în cadrul întreprinderilor.
109. Strategii de marketing la întreprinderile producătoare.
110. Organizarea activității de marketing la întreprindere.
111. Particularitățile aplicării marketingului în întreprinderile mici și mijlocii.

Marketing (conducător științific CHISELIOV Lilia, asist. univ.)

112. Lansarea unui produs pe piața RM
113. Mixul internațional de marketing
114. Politici și strategii de promovare a unui produs
115. Rolul marketingului în activitatea agenților economici
116. Strategii de marketing utilizate în întreprinderile mici și mijlocii
117. Analiza sistemului logistic al întreprinderii
118. Marketingul clasic și aspecte sociale ale dezvoltării sale intensive
119. Dezvoltarea funcției de marketing în cadrul întreprinderii
120. Impactul publicității asupra eficienței lansării unui nou produs
121. Organizarea și implementarea activității de marketing în cadrul întreprinderii
122. Analiza mediului de marketing al firmei
123. Relațiile întreprinderii cu mediul extern
124. Elementul cheie al unui plan de marketing
125. Analiza aprovizionării și desfacerii
126. Comportamentul cumpărătorului și procesul de cumpărare
127. Mixul de marketing într-o întreprindere turistică
128. Analiza și perfecționarea sistemului de distribuție al întreprinderii
129. Analiza strategiei de preț în cadrul întreprinderii
130. Segmentarea pieței și selecția segmentelor tinta
131. Ancheta și rolul său în cadrul studiilor de piață
132. Tehnologii moderne ale informației și cercetare de marketing
133. Metode moderne de evaluare a eficacității publicității
134. Planificare strategică și operațională în marketing

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

135. Comerțul exterior al Republicii Moldova
136. Importanța investițiilor străine directe în Republica Moldova
137. Salariul și procesul de salarizare în Republica Moldova
138. Ocuparea și șomajul în Republica Moldova
139. Evoluția și implicațiile inflației în Republica Moldova

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

140. Comportamentul consumatorului online din Republica Moldova
141. Comerțul electronic - o nouă viziune asupra afacerilor
142. Impactul noilor tehnologii în activitatea de publicitate
143. Promovarea afacerilor prin noile media
144. Rolul rețelelor online de socializare în dezvoltarea afacerilor
145. Impactul Social Media Marketing asupra afacerilor
146. Trenduri în comportamentul de consum al Generației Y
147. Publicitatea brandurilor autohtone
148. Strategii de publicitate în industria X (bancară, fashion, etc).
149. Conceperea mix-ului promoțional al companiei
150. Influenta reclamelor asupra comportamentului consumatorului

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

151. Rolul întreprinderilor mici și mijlocii în dezvoltarea economică a țării
152. Managementul personalului întreprinderii în perioade de incertitudine/ criză economică
153. Învățarea în organizații. Practici actuale în formarea și dezvoltarea profesională a angajaților
154. Funcțiile și activitățile companiei
155. Structura organizatorică a întreprinderii
156. Analiza modului de formare și gestionare a stocurilor
157. Echilibrul financiar și rentabilitatea companiei
158. Leasing-ul – tehnică alternativă de finanțare a afacerii
159. Factoring-ul – metodă modernă de finanțare a afacerii
160. Strategiile de dezvoltare ale întreprinderii
161. Funcția de producție în cadrul companiei
162. Profitul și rezultatele financiare ale companiei
163. Planul de afacere pentru dezvoltarea firmei
164. Dezvoltarea firmei prin intermediul programelor de finanțare (de stat, internaționale, etc.)
165. Funcția de cercetare-dezvoltare în cadrul companiei

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

166. Modificări în recrutare a resurselor umane la întreprindere în contextul pandemiei
167. Procesul selecției resurselor umane la întreprindere
168. Modificări în salarizarea resurselor umane în contextul lucrului la distanță
169. Lucrul la distanță și eficiența sa în cadrul întreprinderii
170. Procesul dezvoltării resurselor umane în context pandemic
171. Factorii creșterii competitivității întreprinderii
172. Factorii dezvoltării capitalul uman la întreprindere
173. Prescripții impuse întreprinderilor în organizarea managementului resurselor umane
174. Metode și tehnici ale integrării resurselor umane în cadrul întreprinderii
175. Leadershipul și aportul său în creșterea eficienței întreprinderii
176. Cultura organizațională – ca element al eficienței managementului resurselor umane
177. Eficiența managementului resurselor umane – un demers în atingerea sustenabilității

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

178. Planificarea afacerii în contextul crizei pandemice
179. Factorii planificării strategice a întreprinderii
180. Planul de afaceri ca instrument de interactivitate în cadrul întreprinderii
181. Planificarea fondului de retribuire a muncii în contextul crizei
182. Planificarea comunicării întreprinderii cu mediul său extern prin instrumente social media
183. Factorii succesului în lansarea unei noi afaceri în Republica Moldova
184. Modificări în planificarea unei noi afaceri în contextul crizei pandemice
185. Adaptabilitatea întreprinderilor – o competență de succes în noul context pandemic
186. Planificarea de marketing – un traseu sigur spre afaceri sustenabile

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

187. Modificări în sistemul managerial al întreprinderii industriale în contextul crizei
188. Metode moderne de management în întreprinderile industriale
189. Tehnici de management aplicabile în contextul lucrului la distanță
190. Probleme manageriale în contextul lucrului la distanță
191. Factorii succesului la întreprindere în contextul prescripțiilor impuse de pandemie
192. Redimensionarea sistemului de management în contextul crizei pandemice
193. Redimensionarea structurii de producție a întreprinderilor
194. Factorii creșterii productivității muncii la întreprindere
195. Redimensionarea capacităților de producției în contextul crizei
196. Modificări în gama sortimentală a întreprinderii industriale
197. Procesul de comunicare a întreprinderii cu mediul extern