

Tematica proiectelor de curs, ciclul I, anul universitar 2021 - 2022
Specialitatea *Business și Administrare (studii cu frecvență)*

Aprobat

la ședința Catedrei de științe economice
Proces-verbal nr. 11 din 03.03.2022

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

Fundamentele managementului organizației (I) (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. Problemele dezvoltării și modelul managerial în întreprinderile mixte.
7. PUBLIC RELATIONS - comunicarea între firmă și mediul ei.
8. Problemele dezvoltării și modelul managerial în întreprinderile micului business.
9. Analiza metodelor manageriale în sistemul de management contemporan.
10. Mediul intern al firmei: specific, probleme, căi de soluționare.
11. Analiza comparativă a metodelor de adoptare a deciziilor manageriale.
12. Factorii succesului și conducerea eficientă a întreprinderii.
13. Metode și instrumente de planificare și prognozare în activitatea întreprinderii.
14. Evaluarea adaptării mediului intern la restricțiile mediului extern.
15. Asigurarea eficienței conducerii prin metode social-psihologice.
16. Rolul factorilor motivaționali în obținerea excelenței manageriale.
17. Controlul managerial și rolul acestuia în asigurarea rezultativității întreprinderii.
18. Analiza eficienței gestionării stocurilor de mărfuri și materiale ale întreprinderii.
19. Proiectarea structurii organizatorice a întreprinderii.
20. Cultura organizațională - element al strategiei întreprinderii.
21. Rolul echipei manageriale în cadrul întreprinderii.
22. Căi de sporire a profitului și rentabilității activității întreprinderii.
23. Problemele comunicării firmei cu mediul său extern.

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

24. Antreprenoriatul social în Republica Moldova și experiența străină.
25. Dezvoltarea antreprenoriatului feminin în Republica Moldova.
26. Tendințele dezvoltării IMM în Republica Moldova.
27. Evoluția dezvoltării afacerilor de familie ca formă de activitate antreprenorială.
28. Factori determinanți ai comportamentului antreprenorial în cazul tinerilor.
29. Franchising – modalitate eficientă de lansare în afaceri.
30. Particularitățile afacerilor on-line în Republica Moldova.
31. Provocări ale antreprenoriatului senior în societatea contemporană.
32. Riscuri și beneficii în activitatea antreprenorială.
33. Spiritul antreprenorial - sursa a unor afaceri de succes.
34. Analiza proceselor de înființare și gestionare a propriei afaceri: limite și perspective.
35. Antreprenoriatul digital în Republica Moldova.
36. Antreprenoriatul social – formă de implicare a persoanelor aparținând grupurilor defavorizate în activități economice.
37. Startup-uri ecologice.

Managementul aprovizionării și desfacerii (conducător științific OLEINIUC Maria, dr. hab, conf. univ.)

38. Dezvoltarea companiei prin perfecționarea activității de desfacere.
39. Dezvoltarea produselor și aprovizionarea la nivel Mondial.
40. Gestiunea stocurilor la întreprindere.
41. Managementul activității de aprovizionare a întreprinderii.
42. Managementul activității de desfacere (vânzări) a întreprinderii.
43. Managementul lanțurilor de aprovizionare și distribuție.
44. Perfecționarea activității de aprovizionare a întreprinderii.
45. Perfecționarea activității de desfacere (vânzări) a întreprinderii.
46. Controlul și analiza eficienței activității de aprovizionare.
47. Controlul și analiza eficienței procesului de desfacere.
48. Managementul relațiilor cu furnizorii – parte componenta a managementului aprovizionării.
49. Managementul riscurilor lanțului de aprovizionare.
50. Strategiile întreprinderii în domeniul aprovizionării.
51. Strategiile întreprinderii în domeniul desfacerii (vânzărilor).
52. Tendințe în gestiunea lanțurilor de aprovizionare.
53. Valorificarea oportunităților în aprovizionare în contextul globalizării.
54. Vânzările complexe – modalitate eficientă de extindere a vânzărilor.
55. Vânzările complexe ca modalitate eficientă a desfacerii produselor.

Marketing (conducător științific SLUTU Rodica, dr., lect. univ.; CHISELIOV Lilia, asist. univ.)

56. Dezvoltarea marketingului în Republica Moldova: aspecte teoretice și practice.
57. Analiza micromediului de marketing al întreprinderii și rolul lui în luarea deciziilor de marketing.
58. Analiza macromediului de marketing al întreprinderii și rolul lui în luarea deciziilor de marketing.
59. Analiza mediului de marketing al întreprinderii.
60. Particularitățile aplicării marketingului în activitatea întreprinderii.
61. Impactul concurenței asupra pieței (produsului, întreprinderii).
62. Particularitățile pieței bunurilor de utilizare productivă.
63. Analiza pieței serviciilor educaționale.
64. Analiza pieței serviciilor de transport.
65. Analiza pieței serviciilor bancare.
66. Metode de studiere directe a pieței industriale.
67. Strategii de piață ale întreprinderilor industriale.
68. Aplicarea segmentării pieței și alegerea piețelor-țintă pentru întreprinderea producătoare/comercială
69. Instrumente de cercetare a consumatorului.
70. Politica de produs în mixul de marketing.
71. Analiza politicii sortimentale în cadrul întreprinderii.
72. Particularitățile mixului de marketing în cadrul întreprinderilor prestatoare de servicii educaționale.
73. Particularitățile mixului de marketing în cadrul serviciilor bancare.
74. Particularitățile mixului de marketing în cadrul serviciilor de turistice.
75. Politica de promovare în mixul de marketing.
76. Rolul și importanța ambalajului în promovarea produsului pe piață.
77. Studiarea tehnicilor de merchandising.
78. Reclama ca componentă de bază a mixului promoțional.
79. Eficiența activității promoționale al firmelor (comerciale/prestatoare de servicii/industriale).
80. Politica de distribuție în mixul de marketing.
81. Comerțul cu amănuntul și rolul lui în strategia de circulație a mărfurilor.
82. Comerțul cu ridicata și rolul lui în strategia de circulație a mărfurilor.
83. Politica de preț în mixul de marketing.
84. Strategii de preț în cadrul întreprinderilor.
85. Strategii de marketing la întreprinderile producătoare.
86. Organizarea activității de marketing la întreprindere.
87. Particularitățile aplicării marketingului în întreprinderile mici și mijlocii.

- Economie mondială** (conducător științific BRANAȘCO Natalia, dr., conf. univ.)
88. Comerțul exterior al Republicii Moldova.
 89. Importanța investițiilor străine directe în Republica Moldova.
 90. Salariul și procesul de salarizare în Republica Moldova.
 91. Ocuparea și șomajul în Republica Moldova.
 92. Evoluția și implicațiile inflației în Republica Moldova.

- Managementul activității publicitare** (conducător științific GARBUZ Veronica, dr., lect. univ.)
93. Comportamentul consumatorului online din Republica Moldova.
 94. Comerțul electronic - o nouă viziune asupra afacerilor.
 95. Impactul noilor tehnologii în activitatea de publicitate.
 96. Promovarea afacerilor prin noile media.
 97. Rolul rețelelor online de socializare în dezvoltarea afacerilor.
 98. Impactul Social Media Marketing asupra afacerilor.
 99. Trenduri în comportamentul de consum al Generației Y.
 100. Publicitatea brandurilor autohtone.
 101. Strategii de publicitate în industria X (bancară, fashion, etc).
 102. Conceperea mix-ului promoțional al companiei.
 103. Influenta reclamei asupra comportamentului consumatorului.

- Economia firmei** (conducător științific GARBUZ Veronica, dr., lect. univ.)
104. Managementul personalului întreprinderii în perioade de incertitudine.
 105. Funcțiile și activitățile companiei.
 106. Structura organizatorică a întreprinderii.
 107. Analiza modului de formare și gestionare a stocurilor.
 108. Echilibrul financiar și rentabilitatea companiei.
 109. Leasing-ul – tehnică alternativă de finanțare a afacerii.
 110. Factoring-ul – metodă modernă de finanțare a afacerii.
 111. Strategiile de dezvoltare ale întreprinderii.
 112. Profitul și rezultatele financiare ale companiei.
 113. Funcția de cercetare-dezvoltare în cadrul companiei.

- Managementul resurselor umane** (conducător științific SUSLENCO Alina, dr., conf. univ.)
114. Procesul selecției resurselor umane la întreprindere.
 115. Salarizarea resurselor umane în contextul lucrului la distanță.
 116. Lucrul la distanță și eficiența sa în cadrul întreprinderii.
 117. Procesul dezvoltării resurselor umane în context pandemic.
 118. Factorii creșterii competitivității întreprinderii .
 119. Factorii dezvoltării capitalul uman la întreprindere.
 120. Metode și tehnici ale integrării resurselor umane în cadrul întreprinderii.
 121. Leadershipul și aportul său în creșterea eficienței întreprinderii.

- Sisteme de planificare în afaceri** (conducător științific SUSLENCO Alina, dr., lect. univ.)
122. Planificarea afacerii în contextul crizei pandemice.
 123. Planul de afaceri ca instrument de interactivitate în cadrul întreprinderii.
 124. Planificarea comunicării întreprinderii cu mediul său extern prin instrumente social media.
 125. Factorii succesului în lansarea unei noi afaceri în Republica Moldova.
 126. Planificarea de marketing – un traseu sigur spre afaceri sustenabile.

- Fundamentele managementului organizației II** (conducător științific SUSLENCO Alina, dr., lect. univ.)
127. Metode moderne de management în întreprinderile industrial.
 128. Tehnici de management aplicate în contextul lucrului la distanță.
 129. Probleme manageriale în contextul lucrului la distanță.
 130. Redimensionarea sistemului de management în contextul crizei pandemice.
 131. Redimensionarea structurii de producție a întreprinderilor.
 132. Factorii creșterii productivității muncii la întreprindere.
 133. Redimensionarea capacităților de producției în contextul crizei.
 134. Modificări în gama sortimentală a întreprinderii industriale.