

APROB:
Şefă catedră 
dr., conf. univ., **Carolina TCACI**

Tematica tezelor de an 2023-2024

BUSINESS ȘI ADMINISTRARE Învățământ cu frecvență redusă

Fundamentele managementului organizațional

(Tcaci Carolina, dr., conf. univ.)

1. Particularități ale activității managerului în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii
2. Franchisingul – modalitate eficientă de lansare în afaceri
3. Modalități de finanțare activității de antreprenoriat
4. Cultura organizatională ca resursă de sporire a performanțelor întreprinderii
5. Etica afacerilor – condiție a dezvoltării întreprinderii
6. Dileme și standarde etice ale deciziei manageriale
7. Responsabilitatea socială – aspect obligatoriu al strategiilor firmei
8. Responsabilitatea socială corporativă în Republica Moldova
9. Interdependența mediului intern și extern și crearea unor organizații de succes în Moldova
10. Formarea sistemului comunicațional eficient în cadrul organizațiilor din Republica Moldova
11. Depășirea barierelor în comunicare în cadrul firmei
12. Managementul schimbărilor organizaționale
13. Managementul prin delegarea autorității și factorii delegării eficiente în cadrul organizațiilor din Republica Moldova
14. Analiza comparative a formelor puterii
15. Leadership și managementul: analiza comparativă
16. Rezerve de îmbunătățire a utilizării capacitații de producție a întreprinderii
17. Managementul activității economice externe a întreprinderii în condițiile actuale
18. Rezerve ale creșterii rentabilității producției în cadrul întreprinderilor și utilizarea lor
19. Rezerve de creștere a profitului rentabilității în cadrul întreprinderilor și utilizarea lor

Management financiar

(Tcaci Carolina, dr., conf. univ.)

1. Evidențierea rezervelor interne a întreprinderii ca rezultat al analizei stării financiare
2. Gestiunea financiară eficientă a întreprinderii
3. Perfectionarea managementului financiar în condițiile economiei actuale
4. Perfectionarea planificării financiare la întreprindere

Managementul IMM

(Oleiniciuc Maria, dr. hab., conf. univ.)

1. Planificarea strategică în asigurarea dezvoltării de durată a firmei
2. Premise ale dezvoltării sectorului întreprinderilor mici și mijlocii în Republica Moldova
3. Dezvoltarea antreprenoriatului prin inovații
4. Evaluarea potențialului strategic a întreprinderii
5. Managementul antreprenorial în firmele din Republica Moldova

Sisteme și tehnici de management
(Suslenco Alina, dr. hab., conf. univ.)

1. Metode moderne de management aplicate la întreprindere
2. Metode de stimulare a creativității angajaților
3. Factorii creșterii satisfacției angajaților la întreprindere
4. Factorii atingerii sustenabilității în afaceri
5. Tehnici de management aplicate în contextul sustenabilității
6. Factorii transformării modelelor de afaceri în contextul sustenabilității
7. Managementul inovațional ca pilon al atingerii sustenabilității
8. Inovarea ca sursă a atingerii sustenabilității
9. Factorii atingerii responsabilității sociale în afaceri
10. Perfectionarea managementului în contextul economiei circulare

Economia firmei
(Branașco Natalia, dr., conf. univ.)

1. Întreprinderile mici și mijlocii: atuuri, vulnerabilități și rolul lor în dezvoltarea economică a Republicii Moldova
2. Resursele umane – cel mai important capital al țării
3. Instrumente și metode de motivare a personalului
4. Sistemul de remunerare a muncii în cadrul întreprinderii
5. Mediul de afaceri – factor important al proceselor investiționale
6. Activitatea întreprinderilor cu capital străin în Republica Moldova
7. Strategii de atragere a investițiilor străine în Republica Moldova
8. Modalități de asigurare a competitivității întreprinderii
9. Impactul factorilor interni și externi asupra formării prețurilor
10. Strategiile de dezvoltare a întreprinderii

Marketing

(Slutu Rodica, dr., conf. univ., Chiseliov Lilia asist. univ.)

1. Apariția și dezvoltarea marketingului în Republica Moldova: aspect teoretic și practic.
2. Analiza micromediului de marketing al întreprinderii și rolul lui în luarea deciziilor de marketing
3. Analiza macromediului de marketing al întreprinderii și rolul lui în luarea deciziilor de marketing
4. Analiza mediului de marketing al întreprinderii
5. Particularitățile aplicării marketingului în practică (în baza întreprinderii).
6. Impactul concurenței asupra pieței (produsului, întreprinderii).
7. Particularitățile pieței bunurilor de utilizare productivă.
8. Analiza pieței serviciilor educaționale
9. Analiza pieței serviciilor de transport.
10. Analiza pieței serviciilor de bancare
11. Metode de studiere directe a pieței industriale
12. Strategii de piață ale întreprinderilor industriale
13. Aplicarea segmentării pieței și alegerea piețelor-țintă pentru întreprinderea producătoare/comercială

Managementul aprovisionării și vânzării

(Oleiniuc Maria, dr. hab., conf. univ.)

1. Controlul și analiza eficienței procesului de desfacere
2. Managementul aprovisionării - componentă a funcționării eficiente a întreprinderii
3. Diversificarea tehniciilor și tacticilor de vânzări – cheia succesului unei afaceri
4. Gestionează stocurile la întreprindere
5. Valorificarea oportunităților în aprovisionare în contextul globalizării

Managementul calității

(Oleiniuc Maria, dr. hab., conf. univ.)

1. Analiza sistemului existent de management al calității la întreprindere
2. Controlul și asigurarea calității produselor întreprinderii.
3. Managementul calității serviciilor în cadrul întreprinderilor din Republica Moldova

Managementul resurselor umane

(Suslenco Alina, dr. hab., conf. univ.)

1. Modificări în managementul resurselor umane la întreprindere
2. Modificări în recrutarea resurselor umane la întreprindere
3. Procesul selecției resurselor umane la întreprindere
4. Salarizarea resurselor umane în cadrul întreprinderii
5. Procesul dezvoltării resurselor umane în cadrul întreprinderii
6. Factorii creșterii productivității muncii în cadrul întreprinderii
7. Factorii creșterii competitivității întreprinderii
8. Factorii dezvoltării capitalului uman la întreprindere
9. Metode și tehnici ale integrării angajaților în cadrul întreprinderii
10. Metode și tehnici ale dezvoltării angajaților în cadrul întreprinderii
11. Eficiența managementului resurselor umane- un pilon al atingerii sustenabilității
12. Dezvoltarea angajaților în contextul atingerii sustenabilității

Sisteme de planificare în afaceri

(Suslenco Alina, dr. hab., conf. univ.)

1. Planificarea afacerii în contextul crizei economice
2. Factorii de influență în planificarea strategică a întreprinderii
3. Planul de afaceri ca instrument de interactivitate în cadrul întreprinderii
4. Planificarea comunicării întreprinderii cu mediul său extern prin instrumente Social Media
5. Planificarea de marketing – un traseu sigur spre afaceri sustenabile
6. Factorii transformării afacerilor clasice în afaceri verzi
7. Factori determinanți ai sustenabilității în afaceri
8. Investițiile verzi – un traseu spre sustenabilitate în afaceri
9. Produsele verzi – un pilon al redimensionării afacerii în contextul economiei circulare
10. Finanțarea verde – un pilon al modelelor de afaceri circulare
11. Direcții de redimensionare a modelelor de afaceri din Republica Moldova
12. Măsuri de aliniere a IMM în atingerea sustenabilității

Fundamentele managementului organizației II

(Suslenco Alina, dr. hab., conf. univ.)

1. Organizarea sistemului managerial al întreprinderii industriale
2. Probleme manageriale în contextul lucrului la distanță
3. Redimensionarea structurii de producție a întreprinderii în contextul sustenabilității

14. Instrumente de cercetare a consumatorului
15. Politica de produs în mixul de marketing
16. Analiza politicii sortimentale în cadrul întreprinderii
17. Particularitățile mixului de marketing în cadrul întreprinderilor prestatoare de servicii educaționale
18. Particularitățile mixului de marketing în cadrul serviciilor bancare
19. Particularitățile mixului de marketing în cadrul serviciilor de turistice
20. Politica de promovare în mixul de marketing.
21. Rolul și importanța ambalajului în promovarea produsului pe piață
22. Studierea tehniciilor de merchandising
23. Reclama ca componentă de bază a mixului promoțional
24. Eficiența activității promoționale al firmelor (comerciale/prestatoare de servicii/industriale).
25. Politica de distribuție în mixul de marketing
26. Comerțul cu amănuntul și rolul lui în strategia de circulație a mărfurilor.
27. Comerțul cu ridicata și rolul lui în strategia de circulație a mărfurilor
28. Politica de preț în mixul de marketing
29. Strategii de preț în cadrul întreprinderilor
30. Strategii de marketing la întreprinderile producătoare.
31. Organizarea activității de marketing la întreprindere
32. Particularitățile aplicării marketingului în întreprinderile mici și mijlocii