



**Proba de concurs la examenul de admitere
 la masteratele cu predare în limba română**

- Proba de concurs la masteratele de Antreprenoriat și management strategic (AMS) și de Management și branding corporativ (MBC) constă în susținerea, în cadrul interviului de admitere, a unei prezentări în format PowerPoint (inclusă în dosarul de înscriere).
- Prezentarea PowerPoint va aborda una din temele indicate și va respecta cerințele stipulate mai jos.
- Prezentarea în format PowerPoint (.ppt) va fi predată în dosarul de înscriere, în două exemplare tipărite, precum și pe CD, odată cu depunerea dosarului de înscriere. În ziua admiterii, candidații vor aduce prezentarea în format electronic (stick USB sau CD).

Masterat	ANTREPRENORIASI MANAGEMENT STRATEGIC (AMS)	MANAGEMENT ȘI BRANDING CORPORATIV (MBC)
Teme pentru prezentare	<p>Antreprenor în România: oportunitate sau provocare (studiu de caz la alegere)</p> <p>Strategii de business în IMM-urile românești (studiu de caz la alegere)</p> <p>Inovații care schimbă piețe (studiu de caz la alegere)</p>	<p>Branduri românești de succes (studiu de caz la alegere)</p> <p>Brand și clienți loiali (studiu de caz la alegere)</p> <p>Branduri și inovare (studiu de caz la alegere)</p>
Bibliografie orientativă	<p>Branson, Richard (2015). <i>The Virgin Way. Cum să ascuți, să înveți, să râzi și să conduci.</i> București: Publica</p> <p>Dîrțu, Roșca (2015). <i>Cei care schimbă jocul. Cum gândesc, decid și acționează antreprenorii români care se bat cu multinaționale.</i> București: Publica</p> <p>Isaacson, Walter (2015). <i>Inovatorii.</i> București: Publica</p> <p>Ries, Eric (2014). <i>The Lean Start-up.</i> București: Publica</p> <p>www.zf.ro</p> <p>www.businessmagazine.ro</p>	<p>Aaker, David (2005). <i>Managementul capitalului unui brand: cum să valorificăm numele unui brand.</i> București: Brandbuilders.</p> <p>Kawasaki, G. (2006). <i>Reguli pentru revoluționari. Manifestul capitalist pentru crearea și marketingul unor produse și servicii noi.</i> București: Brandbuilders.</p> <p>Olins, Wally (2015). <i>Brand New.</i> București: comunicare.ro.</p> <p>McEwen, W.J. (2008). <i>Forța brandului.</i> București: ALL</p> <p>www.iqads.ro</p>

Organizarea prezentării Power Point:

1. Structură generală:

<Slide de gardă> MASTERAT <titlu masterat> <Numele candidatei/ului> <Titlul prezentării>

<Slide 1> Cuprins/Agenda

<Slide 2> Introducere și motivația alegerii temei

<Slide-uri 3-8> Secțiune teoretică (definirea conceptelor, categorisiri, menționarea principalelor teorii și modele utilizate, cu referințe)

<Slide-uri 9–n> Secțiune aplicativă (prezentarea unor studii de caz, cercetări, exemple personale, date empirice etc.)

<Slide final> Bibliografie

2. Dimensiuni: minim 12 - maxim 20 de slide-uri.

3. Formatare: Times New Roman, mărime 18, distanțare (line spacing) 1.

4. Aparatul critic și bibliografia: pentru realizarea acestei prezentări se vor folosi minimum 5 surse bibliografice (cărți, articole, site-uri etc.). Se vor respecta regulile de citare academică (referințe în text sau note de subsol).

Evaluarea probei susținută de candidat pe baza prezentării PowerPoint:

- Definierea cadrului teoretic general pentru tema aleasă – 3 puncte;
- Definierea cadrului teoretic specific pentru tema aleasă (concepte teoretice particulare, elemente de analiză a industriei și a pieței alese) – 3 puncte;
- Prezentarea studiului de caz (justificarea alegerii cazului, prezentarea cazului, utilizarea elementelor teoretice definite anterior în explicarea studiului de caz) – 3 puncte;
- 1 punct din oficiu.

Total posibil: 10 puncte