

SUBIECTE DESCHISE PENTRU EXAMENUL DE LICENȚĂ

Observație: fiecare subiect este urmat de bibliografia minimă necesară pentru rezolvarea acestuia.

- 1. Prezențați și exemplificați principalele responsabilități ale managerilor și arătați cum se regăsesc acestea în funcțiile managementului.**

Pînzaru, F. (2013). *Felicitări, ai fost promovat manager!*. București: Tritonic, pp. 15 – 37.

- 2. Prezențați principalele etape ale dezvoltării științei și practicii managementului și exemplificați cum se regăsește fiecare model specific unei etape în activitatea organizațiilor din prezent.**

Pînzaru, F. (2013). *Felicitări, ai fost promovat manager!*. București: Tritonic, pp. 47 – 58.

- 3. Prezențați și analizați modelele de dezvoltare organizațională.**

Nica, P., Neșțian, A. și Leon, R.D. (2014). *Învățarea, schimbarea și dezvoltarea organizațională*. În Nica, P., Neșțian, A. și Iftimescu, A. (coord.) *Managementul organizației: concepte și aplicații*. Iași: Sedcom Libris. pp. 650-653.

- 4. Analizați implicațiile diversității și interculturalității în managementul resurselor umane ale organizațiilor din România**

Nica, P., Neșțian, A. și Iftimescu, A. (2014) *Managementul organizației: concepte și aplicații*. Iași: Sedcom Libris. pp.369-371.

- 5. Prezențați și analizați modelele de învățare organizațională.**

Nica, P., Neșțian, A. și Leon, R.D. (2014). *Învățarea, schimbarea și dezvoltarea organizațională*. În Nica, P., Neșțian, A. și Iftimescu, A. (coord.) *Managementul organizației: concepte și aplicații*. Iași: Sedcom Libris. pp. 621-625.

- 6. Prezențați elementele dinamicii sociale și tendințele actuale din cadrul organizațiilor**

Iacob, D., & Cismaru, D.M. (2012). *Organizația inteligentă. ZECE TEME DE MANAGEMENTUL ORGANIZAȚIILOR (ediția a doua, revăzută și adăugită)*. București: Comunicare.ro, pp. 66-72.

- 7. Prezențați ce presupune schimbarea organizațională: cauze, efecte, rolul competiției.**

Vătămănescu, E.M. (2014). *Teorie și diagnoză organizațională. Repere pentru un management eficient*. București: Editura Tritonic, pp. 244-262.

- 8. Prezențați direcțiile și formele de comunicare organizațională. Prezențați corelațiile dintre noile tehnologii și comunicarea organizațională**

Iacob, D., & Cismaru, D.M. (2012). *Organizația inteligentă. ZECE TEME DE MANAGEMENTUL ORGANIZAȚIILOR (ediția a doua, revăzută și adăugită)*. București: Comunicare.ro, pp. 153-159, 163-166.

- 9. Prezențați și explicați ce presupune evoluția deficitului bugetar și implicațiile sale la nivel macroeconomic.**

Anghel, L. (2013). *Economia pe înțelesul tuturor*. București: Tritonic, pp. 25-34, 159-160.

- 10. Argumentând necesitatea asigurării creșterii economice în România, prezențați mijloacele prin care se poate obține o creștere economică sustenabilă pe termen lung**

Anghel, L. (2013). *Economia pe înțelesul tuturor*. București: Tritonic, pp. 53-67, 153-157

- 11. Prezențați date privind îmbătrânirea demografică a României și implicațiile pe termen lung ale acestui fenomen.**

Anghel, L. și Dinu, M. (2014). *Globalizarea afacerilor*. București: Tritonic, pp. 61-67, 219-242.

- 12. Prezențați implicațiile generate de investițiile străine directe în cadrul fenomenului de globalizare.**

Anghel, L. și Dinu, M. (2014). *Globalizarea afacerilor*. București: Tritonic, pp. 38-43, 112-117, 119-133.

Anghel, L. (2013). *Economia pe înțelesul tuturor*. București: Tritonic, pp. 35-42.

- 13. Explicați modul în care suma fluxurilor economice dintr-o țară formează circuitul economic, precizând rolul fiecărui determinant principal care acționează într-o economie liberă.**

Anghel, L. și Treapăt, L.M. (2016). *Microeconomia în (micro)sinteză*. București: Editura Pro Universitaria, pp. 22-26.

14. Prezențați ce presupune analiza concurenței și utilizarea datelor obținute din aceasta în definirea strategiilor de marketing ale firmei.

Pînzaru, F. (2009). *Manual de marketing. Principii clasice și practice actuale eficiente*. București: C.H. Beck, pp. 47-55.

15. Prezențați exemplificați principalele elemente ale marketingului B2B vs. B2C.

Pînzaru, F. (2009). *Manual de marketing. Principii clasice și practice actuale eficiente*. București: C.H. Beck, pp. 39-43.

16. Clienții și dezvoltarea strategiei de promovare a unei companii. Analizați relevanța cunoașterii clienților și modul în care sunt generate elementele de reper pentru proiectarea unei strategii de promovare eficiente.

Zbucnea, A., Pînzaru, F., Galalae, C. și Mitan, A. 2015. *Ghid esențial de promovare*, București: Tritonic, pp. 33-50.

17. Explicați care este valoarea promoțională a unui brand.

Zbucnea, A., Pînzaru, F., Galalae, C. și Mitan, A. 2015. *Ghid esențial de promovare*, București: Tritonic, pp. 55-65.

18. Prezențați opțiunile de comunicare în mediul online pe care o companie le poate avea în vedere, în contextul susținerii strategiei de marketing.

Zbucnea, A., Pînzaru, F., Galalae, C. și Mitan, A. 2015. *Ghid esențial de promovare*, București: Tritonic, pp. 135-155.

19. Explicați următoarele principii contabile: principiul prudenței, principiul permanenței metodelor contabile, principiul continuității activității, principiul intangibilității, principiul necompensării, principiul pragului de semnificație.

Gheorghiu A. (2008). *Bazele contabilității*. București: Editura Victor, pp.31-35.

20. Prezențați ce presupune analiza contabilă a operațiilor economice și financiare, formula și articolul contabil, elementele componente ale bilanțului contabil

Gheorghiu A. (2008). *Bazele contabilității*. București: Editura Victor, pp. 42-49, 64-67.

21. Prezențați caracteristicile, motivațiile și tipurile investițiilor directe și corelați cu riscul de țară.

Gheorghiu A. (2014). *Analiza riscurilor în studiile de fezabilitate pentru afaceri internaționale*. București: Editura Pro Universitaria, pp. 86-91, 112-116.

22. Precizați și exemplificați modul în care indicatorii de evaluare a riscului sunt utilizați în monitorizarea prudențială a performanței firmelor, utilizând minim cinci indicatori considerați relevanți.

Treapăt, L.M. (2011). *Managementul și asigurarea riscurilor bancare în România*. București: Editura Economică, pp.94-109;
Treapăt, L.M. (2015). *Soluții de consolidare a brandului corporativ prin managementul riscurilor*. București: Tritonic, pp.49-67.

23. Prezențați conceptul de utilitate economică, precizând cu ajutorul unui exemplu prin care arătați în ce situație utilitatea totală atinge acel prag dincolo de care consumul suplimentar nu se mai justifică.

Anghel, L. și Treapăt, L.M. (2016). *Microeconomia în (micro)sinteză*. București: Editura Pro Universitaria pp. 78-82.

24. Descrieți principalele caracteristici care evidențiază cel mai bine organizațiile structurate prin proiecte.

Opran C. și Stan S. (2008). *Managementul proiectelor*. București: Editura Bren, pp. 31 -35.

25. Descrieți principalele etape ale managementului echipei de proiect.

Opran C. și Stan S. (2008). *Managementul proiectelor*. București: Editura Bren, pp. 119 -131.