

**Aprobat**

la ședința Catedrei de Științe Economice  
Proces verbal nr. 15 din 21.05.2021

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

**Fundamentele managementului organizațional (conducător științific Teaci 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 antreprenariat
4. Cultura organizațională 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 organizațiile din Republica Moldova
14. Analiza comparativă a formelor puterii
15. Leadershipul și aplicarea lui în organizațiile din Moldova
16. Leadershipul și managementul: analiza comparativă
17. Perfecționarea planificării și fundamentarea programului de producție a întreprinderii
18. Rezerve de îmbunătățire a utilizării capacității de producție a întreprinderii
19. Căi de perfecționare a managementului remunerării muncii în condițiile actuale
20. Managementul activității economice externe a unităților economice în condițiile actuale
21. Gestiunea costurilor în cadrul întreprinderilor din Republica Moldova
22. Rezerve ale creșterii rentabilității producției în cadrul întreprinderilor și utilizarea lor
23. Rezerve de creștere a profitului în cadrul întreprinderilor și utilizarea lor

**Management financiar (conducător științific Teaci Carolina, dr., conf. univ.)**

24. Evidențierea rezervelor interne a întreprinderii ca rezultat al analizei stării financiare.
25. Gestiunea financiară eficientă a întreprinderii
26. Perfecționarea managementului financiar în condițiile economiei de piață.
27. Perfecționarea planificării financiare la întreprindere

**Fundamentele managementului organizației II (conducător științific Suslenco Alina, dr., lect. univ.)**

28. Perfecționarea sistemului managerial al întreprinderii industriale
29. Perfecționarea sistemului managerial al întreprinderii prin prisma metodelor moderne de management
30. Eficiența tehnicilor moderne de management aplicabile în contextul lucrului la distanță
31. Prescripții în rezolvarea problemelor manageriale în contextul lucrului la distanță
32. Redimensionarea sistemului de management în contextul crizei pandemice
33. Sporirea productivității muncii la întreprindere în contextul crizei pandemice
34. Eficientizarea capacităților de producție a întreprinderii
35. Posibilități de dimensionare a gamei sortimentale a întreprinderii industriale
36. Optimizarea procesului de producție a întreprinderii
37. Eficiența normării muncii angajaților în cadrul întreprinderii

**Managementul resurselor umane (conducător științific Suslenco Alina, dr., lect. univ.)**

38. Organizarea selecției resurselor umane la întreprindere
39. Posibilități de aplicare a muncii în echipă la întreprindere
40. Sporirea productivității muncii – efecte și aspecte determinante
41. Organizarea managementului resurselor umane la întreprindere
42. Perfecționarea procesului de remunerare a muncii la întreprindere
43. Competitivitatea întreprinderii – pilonul de bază al optimizării managementului resurselor umane

44. Organizarea planificării strategice a resurselor umane la întreprindere
45. Optimizarea procesului de motivare angajaților la întreprindere
46. Posibilități de motivare și stimulare a angajaților în desfășurarea muncii la distanță
47. Dezvoltarea angajaților – componentă de bază a asigurării competitivității companiilor
48. Capitalul uman - promotor al sporirii eficienței întreprinderilor
49. Dezvoltarea potențialului uman al angajaților
50. Organizarea recrutării resurselor umane la întreprindere
51. Motivarea și stimularea resurselor umane la întreprindere
52. Perfecționarea procesului de integrare a angajaților la întreprindere
53. Eficiența procesului de instruire a angajaților la întreprindere
54. Dezvoltarea carierei angajaților în cadrul întreprinderii
55. Remunerarea angajaților în cadrul întreprinderii în procesul prestării muncii la distanță

**Sisteme de planificare în afaceri (conducător științific Suslenco Alina, dr., lect. univ.)**

56. Eficiența planificării afacerii în contextul crizei pandemice
57. Perfecționarea planificării strategice a întreprinderii
58. Planul de afaceri – element fundamental în planificarea afacerii
59. Planificarea remunerării muncii angajaților întreprinderii
60. Perfecționarea comunicării întreprinderii cu mediul său extern prin instrumente social media
61. Posibilități de planificare a afacerii în contextul crizei pandemice

**Teorie economică (conducător științific Branașco Natalia, dr., conf. univ.)**

62. Salariul și politica salarială în Republica Moldova
63. Ocuparea și șomajul în Republica Moldova
64. Implicațiile inflației în economia Republicii Moldova
65. Rolul investițiilor în creșterea economică din Republica Moldova
66. Comerțul exterior al Republicii Moldova: evoluție și tendințe
67. Integrarea Republicii Moldova în circuitul economic mondial: forme de manifestare, factori determinanți, efecte
68. Competitivitatea economică a Republicii Moldova: tendințe și factori determinanți

**Managementul aprovizionării și desfacerii (conducător științific Oleiniuc Maria, dr., conf. univ.)**

69. Managementul aprovizionării ca o componentă a funcționării eficiente a întreprinderii
70. Managementul activității de aprovizionare a întreprinderii
71. Strategii ale întreprinderii în domeniul aprovizionării
72. Forme și metode eficiente de aprovizionare
73. Gestiunea stocurilor de materiale la întreprindere
74. Gestiunea stocurilor de producție finită
75. Controlul și analiza eficienței activității de aprovizionare
76. Perfecționarea activității de aprovizionare a întreprinderii
77. Managementul activității de desfacere a întreprinderii
78. Strategii ale întreprinderii în domeniul desfacerii (vânzărilor)
79. Vânzările complexe ca modalitate eficientă a desfacerii produselor
80. Perfecționarea activității de desfacere a întreprinderii
81. Planificarea și organizarea activității de depozitare la întreprindere
82. Parteneriatul cu furnizorii în procesul de aprovizionare
83. Eficientizarea managementului comercial al întreprinderii

**Managementul calității (conducător științific Oleiniuc Maria, dr., conf. univ.)**

84. Luarea deciziilor în sistemul de management al calității
85. Orientarea către client în sistemul de management al calității
86. Implementarea și costurile implementării sistemelor de management al calității
87. Etape și bariere în implementarea sistemelor de management al calității
88. Auditul sistemului de management al calității. Principii, etape, documentație
89. Sistemul 20 de chei ale succesului după Iwao Kobayashi
90. Metode de analiză și control al calității
91. Managementul calității totale și probleme ale implementării în cadrul întreprinderii
92. Perfecționarea gestiunii calității produselor ca factor al competitivității întreprinderii
93. Managementul calității totale-factor de sporire al performanțelor întreprinderii

**Managementul IMM (conducător științific Oleiniuc Maria, dr., conf. univ.)**

94. Dezvoltarea și promovarea afacerilor de tip franchising
95. Gestionarea activității întreprinderilor mici și mijlocii din Republica Moldova
96. Metodele de gestionare a riscurilor în întreprinderile mici și mijlocii din Republica Moldova
97. Specificul organizării micelor afaceri din Republica Moldova: particularitățile și perspectivele
98. Dezvoltarea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii în condițiile actuale în Republica Moldova
99. Specificul dezvoltării incubatoarelor de afaceri ca element al micului business
100. Dezvoltarea spiritului antreprenorial – factor determinat în dezvoltarea economică
101. Riscurile specifice companiilor mici și mijlocii din Republica Moldova și metodele de gestiune aplicate
102. Dezvoltarea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii în Republica Moldova în contextul tendințelor europene contemporane
103. Dezvoltarea incubatoarelor de afaceri – infrastructură de suport a micului business
104. Dezvoltarea activităților de antreprenariat în Republica Moldova
105. Mecanismul finanțării micului business în agricultura Republicii Moldova în contextul integrării în uniunea europeană
106. Metode și tehnici manageriale în dezvoltarea durabilă a întreprinderilor mici și mijlocii în condiții de criză
107. Dezvoltarea durabilă a antreprenoriatului în Republica Moldova
108. Analiza metodelor de evaluare a impactului de reglementare a activității antreprenoriale
109. Dezvoltarea antreprenoriatului prin inovații
110. Gestiunea sistemului de finanțare a businessului mic și mijlociu
111. Mecanisme de consum a materiei prime, mărfurilor și materialelor în întreprinderi
112. Dezvoltarea managementului afacerilor mici și mijlocii în condițiile economiei concurențiale

**Sisteme si tehnici de management (conducător științific Garbuz Veronica, dr., lect. univ.)**

113. Managementul participativ – modalitate de măsurare a satisfacției profesionale a angajaților
114. Managementul prin obiective - premiză a succesului organizațional
115. Metode de evaluare a performanțelor în managementul de proiect
116. Metode de stimulare a creativității angajaților
117. Metode și tehnici moderne de management
118. Managementul prin inovare – instrument eficient de sporire a competitivității afacerii
119. Strategii manageriale de asigurare a competitivității întreprinderii în condiții de criză economică
120. Metodele manageriale și efectele sale asupra eficienței întreprinderii
121. Instrumente de realizare a managementului prin inovații
122. Determinanții succesului unei universități privind inovarea și transferul tehnologic
123. Inovarea și transferul tehnologic – instrumente de aliniere a IMM-urilor la cerințele economiei moderne

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

124. Organizarea procesuală și structurală a întreprinderii
125. Rolul și locul întreprinderii în economia cunoașterii
126. Funcția de producție. Metode de organizare a producției - sistemul logistic, producția și prestarea de servicii
127. Căi de sporire a profitului și rentabilității întreprinderii
128. Impactul pandemiei COVID-19 asupra întreprinderilor din Republica Moldova
129. Instrumente și metode de motivare a personalului
130. Modalități de asigurare a competitivității întreprinderii
131. Gestiunea riscurilor în cadrul companiei
132. Evoluția sectorului întreprinderilor mici și mijlocii în Republica Moldova
133. Măsurile instituționale și legislative de stimulare a dezvoltării sectorului IMM în Republica Moldova
134. Impactul IMM-urilor inovative asupra dezvoltării regionale
135. Comunicarea managerială în contextul erei digitale
136. Activitatea inovațională și rolul ei în sporirea competitivității întreprinderilor
137. Mobilitatea profesională pe piața muncii din Republica Moldova
138. Munca la distanță – soluție inovativă pe piața muncii
139. Dezvoltarea profesională a angajaților – activitate pentru asigurarea competitivității organizațiilor
140. Evaluarea performanțelor profesionale ale angajaților
141. Instrumente de măsurare a satisfacției angajaților
142. Rolul parcurilor industriale în dezvoltarea regională
143. Activitatea clusterială în Republica Moldova
144. Rolul incubatoarelor de afaceri în dezvoltarea regională
145. Impactul muncii on-line asupra dezvoltării rurale
146. Inovarea și transferul tehnologic – instrumente eficiente de sporire a competitivității afacerii

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

147. Instrumente online și offline de promovare a afacerii
148. Comerțul electronic - o nouă viziune asupra afacerilor
149. Semnificația culorilor și importanța lor în branding
150. Publicitatea online versus publicitatea offline
151. Politica de promovare ca componentă a mixului de marketing. Tehnici promoționale
152. Influența publicității TV asupra consumatorului
153. Publicitatea și rolul ei în dezvoltarea economiei de piață
154. Tehnicile promoționale și ciclul de viață al produselor.
155. Stimularea distribuitorilor de băuturi răcoritoare cu ajutorul tehnicilor de promovare a vânzărilor.
156. Merchandising –instrument de promovare a vânzărilor
157. Merchandising vizual

**Marketing (conducători științifici Slutu Rodica, dr., lect. univ.; Chiseliov Lilia asist. univ.)**

158. Evaluarea mediului de marketing în care activează întreprinderea.
159. Studiarea comportamentului consumatorului (în baza întreprinderii de producere/comercială).
160. Studiarea și previziunea pieței produselor agroalimentare în Republica Moldova.
161. Strategii de distribuție la întreprindere.
162. Organizarea cercetărilor de marketing la întreprindere (producătoare/comercială, de prestare a serviciilor).
163. Planificarea strategiilor de marketing la întreprindere.
164. Evaluarea și controlul eficienței activității de marketing la întreprindere (în baza întreprinderii de producere/comercială).
165. Evaluarea politicii de produs în cadrul întreprinderilor autohtone.
166. Ambalajul ca element al promovării produsului pe piață.
167. Politica de preț în mixul de marketing.
168. Analiza strategiilor de marketing în sectorul bancar
169. Strategii de produs utilizate în cadrul întreprinderii.
170. Strategii de marketing în domeniul asigurărilor
171. Politica de distribuție ca componentă a mixului de marketing.
172. Politica promoțională ca componentă a mixului de marketing (comerciale/prestatoare de servicii/industriale).
173. Analiza politicii sortimentale la întreprindere (în baza întreprinderii de producere/comercială).
174. Strategii de preț aplicate la întreprindere.
175. Planificarea activității de marketing la întreprindere.
176. Analiza activităților logistice și importanța lor în viziunea marketingului (în baza întreprinderii de producere/comercială).
177. Politica de distribuție ca componentă a mixului de marketing.
178. Politica de promovare ca componentă a mixului de marketing
179. Merchandising ca instrument de promovare a produselor pe piață.
180. Analiza mixul de marketing al firmei.
181. Internet - marketing și impactul acestuia asupra comportamentului consumatorilor.
182. Organizarea acțiunilor de promovare a vânzărilor la întreprindere.
183. Strategii de marketing în procesul de distribuție a mărfurilor în baza întreprinderii de distribuție/de producere.