



TEMATICA
pentru examenul de finalizare a studiilor (licență)
PROGRAMUL DE STUDII: ADMINISTRAREA AFACERILOR

Disciplină fundamentală: MICROECONOMIE

1. Introducere în studiul economiei

- 1.1. Economia – formă a acțiunii umane: nevoile și resursele economice
- 1.2. Raritate și alegere, costul de oportunitate, frontiera posibilităților de producție
- 1.3. Activitatea economică și structurile ei

2. Caracterizarea generală a economiei de piață

- 2.1. Tipuri de sisteme economice
- 2.2. Modelul teoretic și sistemul real al economiei de piață
- 2.3. Banii și rolul lor în economia de piață (funcțiile și valoarea banilor)

3. Comportamentul consumatorului

- 3.1. Utilitatea economică. Principiul utilității marginale descrescânde
- 3.2. Preferințele și alegerea consumatorului
- 3.3. Cererea (legea generală a cererii, modificarea cererii, elasticitatea cererii)

4. Comportamentul producătorului

- 4.1. Factorii de producție
- 4.2. Funcția de producție. Analiza pe termen scurt
- 4.3. Randamentele de scară
- 4.4. Costul de producție pe termen scurt și pe termen lung
- 4.5. Pragul de rentabilitate
- 4.6. Oferta (legea generală a ofertei, modificarea ofertei, elasticitatea ofertei)

5. Piețe, concurență, prețuri

- 5.1. Structura pieței și concurența
- 5.2. Prețul: concept, forme și funcții
- 5.3. Politici guvernamentale de prețuri

6. Piața cu concurență perfectă

- 6.1. Piața cu concurență perfectă și formarea prețului de echilibru
- 6.2. Echilibrul firmei pe piața cu concurență perfectă

7. Monopolul, concurența monopolistică și oligopolul

- 7.1. Monopolul: caracteristicile și variabilele monopolului; prețul și profitul de monopol
- 7.2. Oligopolul: caracteristicile oligopolului; tipuri de oligopol
- 7.3. Concurența monopolistică: caracteristicile pieței cu concurență monopolistică; echilibrul firmei în condițiile concurenței monopolistice

BIBLIOGRAFIE

1. Iiescu E. M. – *Microeconomie* - suport de curs ID, Editura Universității “Nicolae Titulescu”, București, 2021
2. Colectivul Catedrei de Economie și Politici Economice, ASE - *Economie, Ediția a VIII-a*, Editura Economica, București, 2009
3. Valentina Vasile, Mariana Gurău, Adina Crețan, Constantin Bragaru, Mihaela Iiescu, Andreea Stroe, Otilia Platon, *Culegere. Teste grilă*, Editura Universității Nicolae Titulescu, București, 2022



TEMATICĂ
pentru examenul de finalizare a studiilor (licență)
PROGRAMUL DE STUDII: ADMINISTRAREA AFACERILOR

Disciplină fundamentală: MARKETING

1. Conceptul de marketing

- 1.1. Conceptul de marketing – noțiuni conexe specifice
- 1.2. Definirea conceptului de marketing
- 1.3. Dezvoltarea conceptului de marketing
- 1.4. Tipologia marketingului

2. Mediul de marketing

- 2.1. Conținutul mediului de marketing
- 2.2. Mediul de marketing și analiza SWOT

3. Analiza pieței organizației și a concurenței

- 3.1. Piața organizației
- 3.2. Piața produsului
- 3.3. Analiza concurenței

4. Planificarea strategică de marketing

- 4.1. Conceptul de planificare strategică
- 4.2. Planul strategic de marketing
- 4.3. Elaborarea strategiilor de marketing
- 4.4. Mixul de marketing

5. Cercetări de marketing

- 5.1. Definirea cercetărilor de marketing
- 5.2. Metode de obținere a datelor în cercetările de marketing
- 5.3. Aria de aplicare a cercetărilor de marketing
- 5.4. Tipologia cercetărilor de marketing

6. Comportamentul consumatorului

- 6.1. Definirea comportamentului consumatorului
- 6.2. Factorii de influență ai comportamentului consumatorului și ai deciziei de cumpărare

7. Politica de produs

- 7.1. Conținutul și activitățile specifice politicii de produs
- 7.2. Elemente de identificare ale produselor
- 7.3. Ciclul de viață al produselor
- 7.4. Strategii privind produsele existente
- 7.5. Strategia de înnoire a produselor

8. Politica de preț

- 8.1. Conținutul și obiectivele politicii de preț
- 8.2. Metode de stabilire a prețului (strategii de preț)

9. Politica de distribuție (plasament)

- 9.1. Conținutul politicii de distribuție
- 9.2. Canalele de distribuție
- 9.3. Strategiile de distribuție
- 9.4. Distribuția fizică (logistica)

10. Politica de promovare

- 10.1. Conținutul politicii de promovare



- 10.2. Mixul promoțional
- 10.3. Publicitatea
- 10.4. Promovarea vânzărilor
- 10.5. Relațiile publice (PR)
- 10.6. Manifestările promoționale: sponsorizarea și participarea la târguri și expoziții
- 10.7. Vânzarea personală
- 10.8. Utilizarea capitalului mărcilor

Bibliografie

1. Platon, Otilia-Elena, Marketing – suport de curs, ed. Universității Nicolae Titulescu, București, 2022.
2. Mărgulescu, Elena, Marketing, ed. Universității Nicolae Titulescu, București, 2010.
3. Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane, Managementul marketingului (ediția 5), ed. Teora, 2008.
4. Balaure, V. (coord.), Marketing (editia 2), ed. Uranus, București, 2002.
5. Valentina Vasile, Mariana Gurău, Adina Crețan, Constantin Bragaru, Mihaela Iliescu, Andreea Stroe, Otilia Platon, *Culegere, teste grilă*, Editura Universității Nicolae Titulescu, București, 2022



TEMATICĂ
pentru examenul de finalizare a studiilor (licență)
PROGRAMUL DE STUDII: ADMINISTRAREA AFACERILOR

Disciplină fundamentală: MANAGEMENT

1. Conceptul de management și evoluția sa

- 1.1. Conceptul de management – definiții și abordare
- 1.2. Funcțiile și principiile managementului
- 1.3. Evoluții ale conceptului de management – școli de management

2. Firma ca organizație și mediul său extern

- 2.1. Organizația (firma) – obiectul exercitării managementului
- 2.2. Abordare conceptuală a firmei ca organizație funcțională sub principiile managementului

3. Firma ca organizație și mediul său extern

- 3.1. Funcții, tipologii, responsabilități ale organizației/firmei
- 3.2. Mediul extern; cultura organizațională ca variabilă de management

4. Managementul firmei – caracteristici esențiale

- 4.1. Decizia, esența activității de conducere – tipologii, tehnici, instrumente, modele.
- 4.2. Metode fundamentale în managementul firmei – metode moderne
- 4.3. Noi instrumente și tendințe în management

5. Procesul de management

- 5.1. Prevederea și planificarea; activități manageriale cu caracter de directivă
- 5.2. Organizarea firmei; activități manageriale; dinamica
- 5.3. Antrenarea / motivarea – atribut esențial al managementului
- 5.4. Controlul în management

6. Întreprinzătorul, firma și mediul de afaceri

- 6.1. Mediul de afaceri
- 6.2. Întreprinzătorul și firma

7. Strategia și politica firmei

- 7.1. Conceptul de strategie și politica, componente, clasificări
- 7.2. Opțiuni strategice majore ale firmei
- 7.3. Formularea orientărilor strategice - avantaje
- 7.4. Metodologia elaborării strategiilor și politicilor firmei

8. Sistemul decizional al firmei

- 8.1. Conceptul de decizie managerială
- 8.2. Definirea și structura sistemului decizional
- 8.3. Principalele abordări decizionale
- 8.4. Metode și tehnici decizionale

9. Sistemul informațional în cadrul managementului firmei

- 9.1. Definirea și componentele sistemului informațional
- 9.2. Conceperea și raționalizarea sistemului informațional

10. Managementul procesual și structural al firmei

- 10.1. Organizarea firmei
- 10.2. Organizarea procesuală
- 10.3. Funcțiunile firmei

11. Managementul procesual și structural al firmei



11.1. Organizarea structurală și informală

11.2. Elaborarea și raționalizarea firmei

12. Sisteme, metode și tehnici de management

12.1. Sisteme și metode generale de management al firmei

12.2. Metode și tehnici specifice de management al firmei

13. Cultura organizațională – componenta a managementului firmei

13.1. Definierea, nivelurile, dimensiunile și funcțiile culturii organizaționale

13.2. Variabilele care determină caracteristicile culturii organizaționale

13.3. Modalități de manifestare ale culturii organizaționale

13.4. Cultura managerială

14. Managerii și leadershipul

14.1. Cadrele de conducere – managerii: tipuri, stiluri, roluri

14.2. Munca managerilor

14.3. Leadership

BIBLIOGRAFIE:

1. Brăgaru C., *Management*, Editura Universității Nicolae Titulescu, București, 2022
005/B76
2. Burduș E., *Tratat de management*. Ediția a 3-a, Editura Pro Universitaria; București, 2017
005/B93
3. Vagu P., Stegaroiu I. și colectiv, *Strategii manageriale*, ed. Pro Universitaria, București, 2014
005/S90
4. Valentina Vasile, Mariana Gurău, Adina Crețan, Constantin Brăgaru, Mihaela Iiescu, Andreea Stroe, Otilia Platon, *Culegere, teste grilă*, Editura Universității Nicolae Titulescu, București, 2022



TEMATICĂ

TEMATICĂ pentru examenul de finalizare a studiilor (licență) PROGRAMUL DE STUDII: ADMINISTRAREA AFACERILOR

Disciplină de specialitate: **ANTREPRENORIAL**

1. Introducere în antreprenoriat

- 1.1. Teorii și școli de gândire în domeniul antreprenoriatului
- 1.2. Analiza conceptuală și clasificare
- 1.3. Caracteristici ale activităților antreprenoriale
- 1.4. Factorii care influențează antreprenoriatul
- 1.5. Antreprenorul și comportamentul antreprenorial

2. Antreprenoriatul și întreprinderile mici și mijlocii

- 2.1. Definiția și caracteristicile IMM-urilor
- 2.2. Rolul IMM-urilor în economie
- 2.3. IMM-uri versus afaceri mari – analiza comparativă

3. Tipuri de întreprinderi în funcție de forma juridică

- 3.1. Societăți cooperative
- 3.2. Persoane fizice autorizate, întreprinderi familiale și întreprinderi individuale
- 3.3. Societăți reglementate de Legea societăților

4. Tipologia IMM-urilor

- 4.1. Clasificarea IMM-urilor în funcție de dimensiunea întreprinderii
- 4.2. Clasificarea IMM-urilor în funcție de relația cu alte întreprinderi
- 4.3. Noi tipuri de firme

5. Identificarea ideilor de afaceri și evaluarea oportunităților

- 5.1. Mediul de afaceri
- 5.2. Identificarea ideilor de afaceri și evaluarea riscurilor și oportunităților
- 5.3. Ciclul de viață al afacerii

6. Lansarea în afaceri

- 6.1. Metode de intrare în afaceri
- 6.2. Condiții legale pentru înființarea și autorizarea unei firme. Alegerea statutului juridic al afacerii
- 6.3. Tipuri și surse de finanțare în afaceri

7. Organizarea activității firmei

- 7.1. Tipuri de structuri organizatorice
- 7.2. Elaborarea structurii de conducere a firmei
- 7.3. Stiluri de conducere

8. Planul de afaceri și importanța planificării afacerii

- 8.1. Considerații generale privind planul de afaceri
- 8.2. Structura planului de afaceri
- 8.3. Principalii indicatori economico-financiari necesari în elaborarea și fundamentarea planului de afaceri

9. Impactul antreprenoriatului asupra dezvoltării economice

- 9.1. Rolul antreprenoriatului în dezvoltarea economică
- 9.2. Indicatori ai mediului antreprenorial în România și UE
- 9.3. Impactul antreprenoriatului în economia românească



BIBLIOGRAFIE

1. Iliescu Elena Mihaela – *Antreprenoriat - suport de curs ID*, Editura Universității “Nicolae Titulescu”, București, 2022
2. Grigore Ana Maria - *Antreprenoriat și management pentru afaceri mici și mijlocii. Editia a 2-a*, Editura C.H.BECK, Bucuresti, 2019
3. Valentina Vasile, Mariana Gurău, Adina Crețan, Constantin Bragaru, Mihaela Iliescu, Andreea Stroe, Otilia Platon, *Culegere. Teste grilă*, Editura Universității Nicolae Titulescu, București, 2022



TEMATICĂ
pentru examenul de finalizare a studiilor (licență)
PROGRAMUL DE STUDII ADMINISTRAREA AFACERILOR

Disciplină de specialitate: ANALIZĂ ECONOMICĂ – FINANCIARĂ

- 1. Bazele teoretice ale analizei economico-financiare.** Obiectul de studiu. Factori de influență a stării sistemelor economice. Diagnosticul stării performanțelor sistemului microeconomic. Metode și tehnici de analiză economico-financiară.
- 2. Analiza diagnostic a producției și a comercializării acesteia.** Cifra de afaceri și valoarea adăugată, corelații și efecte economico-financiare. Analiza economică a producției fizice. Efecte și consecințe economice. Analiza operativă a ritmicității. Rate de rotație a stocurilor.
- 3. Analiza cheltuielilor întreprinderii;** Nivelul, structura, dinamica și factorii ce influențează cheltuielile aferente veniturilor. Rata de eficiență a costurilor (totale de exploatare și pe elemente). Cheltuielile și indicatorii de performanță economică ai întreprinderii. Diagnoza statică și dinamică a cheltuielilor fixe și variabile. Costul și indicatorii economici de performanță.
- 4. Analiza rentabilității.** Profitul întreprinderii. analiza factorială și structurală. Rata rentabilității (economică, financiară, comercială, pe resurse). Pragul de rentabilitate pe produs.
- 5. Analiza patrimoniului și situația financiară a întreprinderii.** Active economice. Capital, fond de rulment, credite și împrumuturi. Solvabilitate și capacitate de plată, obligații și creanțe, stocuri și fond de rulment. Eficiența utilizării capitalului.
- 6. Analiza gestiunii resurselor umane.** Numărul și structura factorului uman. Analiza productivității. Factorii de creștere ai productivității.

BIBLIOGRAFIE:

- Vasile V., Stroe A., *Analiză economico-financiară*, Editura Universității N. Titulescu, 2022
658.1ID/V33
- Anghel I., *Analiza și evaluare economico-financiară - Studii de caz*, Editura ASE, 2016
658.1/A48
- Robu V., Anghel I., Șerban E.-C., *Analiza economico-financiară a firmei*, Editura Economică, 2014
658.1/R62
- Țole M., Matei C., Țole Al., *Analiza economico-financiară: metode și modele*, ediția a IV-a, Editura Pro Universitaria, București, 2015
658.1/T70
- Valentina Vasile, Mariana Gurău, Adina Crețan, Constantin Bragaru, Mihaela Ilescu, Andreea Stroe, Otilia Platon, *Culegere, teste grilă*, Editura Universității Nicolae Titulescu, București, 2022