



TEMATICA
pentru examenul de finalizare a studiilor (licență)
SPECIALIZAREA ADMINISTRAREA AFACERILOR
Sesiunea 2021

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. Bani 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. Iliescu E. M. – *Microeconomie* - suport de curs ID, Editura Universității “Nicolae Titulescu”, București, 2019
- 2. Colectivul Catedrei de Economie și Politici Economice, ASE - *Economie, Ediția a VIII-a*, Editura Economica, București, 2009



UNIVERSITATEA NICOLAE TITULESCU DIN BUCUREȘTI

FACULTATEA DE ECONOMIE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR

ANUL UNIVERSITAR 2020/ 2021

-
3. Valentina Vasile, Mariana Gurău, Adina Crețan, Constantin Bragaru, Mihaela Iliescu, Andreea Stroe, Otilia Platon, *Culegere, teste grilă*, Editura Universității Nicolae Titulescu, București, 2021, 151 pg, ISBN: 978-606-751-408-7;

TEMATICĂ

pentru examenul de finalizare a studiilor (licență)
SPECIALIZAREA ADMINISTRAREA AFACERILOR
Sesiunea 2021

Disciplină fundamentală: MARKETING

1. Conceptul de marketing

- 1.1. Conceptul de marketing – notiuni specifice
- 1.2. Tipologia marketingului

2. Planificarea strategică de marketing

- 2.1. Planificarea strategică
- 2.2. Planul strategic de marketing
- 2.3. Elaborarea mixului de marketing

3. Analiza pieței și a concurenței

- 3.1. Piața firmei
- 3.2. Segmentarea pieței
- 3.3. Piața produsului
- 3.4. Analiza concurenței

4. Politica de produs a firmei

- 4.1. Activitățile specifice politicii de produs
- 4.2. Elementele de identificare ale produselor.
- 4.3. Ciclul de viață al produselor
- 4.4. Tipuri ale ciclurilor de viață ale produselor
- 4.5. Strategii privind produsele existente
- 4.6. Strategia de inovare a produselor

5. Politica de preț a firmei

- 5.1. Obiectivele politicii de preț
- 5.2. Teorii economice privind stabilirea prețului – metode de stabilire a prețului

6. Politica promotională a firmei

- 6.1. Mixul promotional
- 6.2. Reclama
- 6.3. Promovarea vânzării
- 6.4. Vânzarea personală
- 6.5. Relații publice (PR)
- 6.6. Integrarea mixului publicitar și planificarea campaniei publicitare

7. Distribuția produselor – caracteristicile canalelor de distribuție

- 7.1. Logistica vs. distribuția produselor
- 7.2. Canalele de distribuție
- 7.3. Administrarea canalelor de distribuție



UNIVERSITATEA NICOLAE TITULESCU DIN BUCUREȘTI

FACULTATEA DE ECONOMIE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
ANUL UNIVERSITAR 2020/ 2021

Bibliografie

1. Mărgulescu, Elena, Marketing, ed. Nicolae Titulescu, 2010.
2. Blythe, Jim, Esentialul in marketing, ed. Rentrop & Straton, 2005.
3. Kotler, P.; Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V., Principiile marketingului (Editia 4), 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, 2021, 151 pg, ISBN: 978-606-751-408-7;



TEMATICĂ
pentru examenul de finalizare a studiilor (licență)
SPECIALIZAREA ADMINISTRAREA AFACERILOR
Sesiunea 2021

Disciplină fundamentală: MANAGEMENT

1. Conceptul de management si evolutia sa

- 1.1. Conceptul de management – definitii si abordare
- 1.2. Functiile si principiile managementului
- 1.3. Evolutii ale conceptului de management – scoli de management

2. Firma ca organizatie si mediul său extern

- 2.1. Organizatia (firma) – obiectul exercitarii managementului
- 2.2. Abordare conceptuala a firmei ca organizatie functionala sub principiile managementului

3. Firma ca organizatie si mediul său extern

- 3.1 Functii, tipologii, responsabilitati ale organizatiei/firmei
- 3.2 Mediul extern; cultura organizationala ca variabila de management

4. Managementul firmei – caracteristici esentiale

- 4.1. Decizia, esenta activitatii de conducere – tipologii, tehnici, instrumente, modele.
- 4.2. Metode fundamentale in managementul firmei – metode moderne
- 4.3. Noi instrumente si tendinte in management

5. Procesul de management

- 5.1. Prevederea si planificarea; activitati manageriale cu caracter de directiva
- 5.2. Organizarea firmei; Activitati manageriale; Dinamica
- 5.3. Antrenarea / motivarea – atribut esential al Managementului
- 5.4. Controlul in management

6. Intreprinzatorul, firma si mediul de afaceri

- 6.1. Mediul de afaceri
- 6.2. Intreprinzatorul si firma

7. Strategia si politica firmei

- 7.1. Conceptul de strategie si politica, componente, clasificari
- 7.2. Optiuni strategice majore ale firmei
- 7.3. Formularea orientarilor strategice - avantaje
- 7.4. Metodologia elaborarii strategiilor si politicilor firmei

8. Sistemul decizional al firmei

- 8.1. Conceptul de decizie manageriala
- 8.2. Definirea si structura sistemului decizional
- 8.3. Principalele abordari decizionale
- 8.4. Metode si tehnici decizionale

9. Sistemul informational in cadrul managementului firmei

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

10. Managementul procesual si structural al firmei

- 10.1. Organizarea firmei
- 10.2. Organizarea procesuala
- 10.3. Functiunile firmei



11. Managementul procesual si structural al firmei

11.1 Organizarea structurala si informala

11.2 Elaborarea si rationalizarea firmei

12. Sisteme, metode si tehnici de management

12.1. Sisteme si metode generale de management al firmei

12.2. Metode si tehnici specifice de management al firmei

13. Cultura organizationala – componenta a managementului firmei

13.1. Definirea, 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 manageriala

14. Managerii și leadershipul

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

14.2. Munca managerilor

14.3. Leadership

BIBLIOGRAFIE:

1. Bragaru, Constantin, *Management general - suport de curs pentru ID*, Editura Universității Nicolae Titulescu, București, 2019
2. Burduș E., *Tratat de management*. Ediția a 3-a, Editura Pro Universitaria; București, 2017
3. Pîrvu F.; Olaru S., *Managementul întreprinderii*, Ediție revizuită, Editura Lumina Lex, București, 2010
4. Vagu P., Stegaroiu I. și colectiv, *Strategii manageriale*, ed. Pro Universitaria, București, 2014
5. Verboncu I. (coord.); Apostu C. M.; Gogirnoiu D. M.; Zalman M., *Management: eficiență, eficacitate, performanțe*, Editura Universitară, București, 2013
6. Valentina Vasile, Mariana Gurău, Adina Crețan, Constantin Bragaru, Mihaela Iliescu, Andreea Stroe, Otilia Platon, *Culegere, teste grilă*, Editura Universității Nicolae Titulescu, București, 2021, 151 pg, ISBN: 978-606-751-408-7;



TEMATICĂ

**TEMATICĂ pentru examenul de finalizare a studiilor (licență)
SPECIALIZAREA ADMINISTRAREA AFACERILOR
Sesiunea 2021**

Disciplină de specialitate: ANTREPRENORIAT

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 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. Planul de afaceri și importanța planificării afacerii

- 7.1. Considerații generale privind planul de afaceri
- 7.2. Structura planului de afaceri
- 7.3. Principalii indicatori economico-financiari necesari în elaborarea și fundamentarea planului de afaceri

8. Organizarea activității firmei

- 8.1. Tipuri de structuri organizatorice
- 8.2. Elaborarea structurii de conducere a firmei
- 8.3. Stiluri de conducere

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



UNIVERSITATEA NICOLAE TITULESCU DIN BUCUREȘTI

FACULTATEA DE ECONOMIE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
ANUL UNIVERSITAR 2020/ 2021

BIBLIOGRAFIE

1. Iliescu Elena Mihaela – *Antreprenoriat - suport de curs ID*, Editura Universității “Nicolae Titulescu”, București, 2020
2. Grigore Ana Maria - *Antreprenoriat si management pentru afaceri mici si mijlocii*, Editura C.H.BECK, Bucuresti, 2012
3. Mariotti Steve, Glackin Caroline - *Antreprenoriat. Lansarea si administrarea unei afaceri*, Editura Bizzkit, Bucuresti, 2012
4. Valentina Vasile, Mariana Gurău, Adina Crețan, Constantin Bragaru, Mihaela Iliescu, Andreea Stroe, Otilia Platon, *Culegere, teste grilă*, Editura Universității Nicolae Titulescu, București, 2021, 151 pg, ISBN: 978-606-751-408-7;



TEMATICĂ

**pentru examenul de finalizare a studiilor (licență)
SPECIALIZAREA ADMINISTRAREA AFACERILOR
Sesiunea 2021**

Disciplină de specialitate: ANALIZĂ ECONOMICO – 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 :

1. V. Valentina, A. Stroe: „*Analiză economico-financiară*”, ed. Universitatii N.Titulescu, 2019-2020, curs i.d.
2. Valentina Vasile, Mariana Gurău, Adina Crețan, Constantin Bragaru, Mihaela Iliescu, Andreea Stroe, Otilia Platon, *Culegere, teste grilă*, Editura Universității Nicolae Titulescu, București, 2021, 151 pg. ISBN: 978-606-751-408-7;
3. I. Anghel “*Analiza si evaluare economico-financiară*”- Studii de caz, , editura ASE, 2016;
4. L. Spătaru: “*Analiza economico-financiară: instrument al managementului întreprinderilor*”, ediția a II-a., ed. Economica, 2010
5. V. Robu, I. Anghel, E.- C. Serban: “*Analiza económico-financiara a firmei*” Editura economică, 2014 ;
6. Gh. Valceanu, V. Robu, N. Georgescu: „*Analiză economico-financiară*”- editia a doua, Ed. Economica, București, 2004