

CUPRINS

Capitolul 1 ***ÎNTRINDEREA ÎN ACTIVITATEA ECONOMICĂ*** ***GENERALĂ***

- 1.1. Întrinderea-concept
- 1.2. Rolul întrinderii
- 1.3. Mediul ambiant al întrinderii
- 1.4. Resursele întrinderii
- 1.5. Tipologia întrinderrilor
 - 1.5.1. Natura activității întrinderrii
 - 1.5.2. Gruparea întrinderrilor după forma juridică
 - 1.5.2.1. Sectorul public
 - 1.5.2.2. Sectorul privat
 - 1.5.2.3. Sectorul cooperatist
 - 1.5.3. Gruparea întrinderrilor după dimensiune
 - 1.5.4. Întrinderrile mici și mijlocii

Capitolul 2 ***ÎNTRINDEREA ȘI ÎNTRINZĂTORII***

- 2.1. Crearea noilor întrinderrilor
 - 2.1.1. Profilul întrinzătorului
 - 2.1.2. Regulile de aur ale întrinzătorului
 - 2.1.3. Etapele procesului de creare a noilor întrinderrilor
 - 2.1.4. Metodologia înființării întrinderrilor
- 2.2. Înțetarea activității întrinderrilor

Capitolul 3 ***ÎNTRINDEREA ÎN EVOLUȚIE***

- 3.1. Dimensionarea întrinderrilor
- 3.2. Creșțerea întrinderrilor
- 3.3. Concentrarea și internaționalizarea întrinderrilor
 - 3.3.1. Asocierea întrinderrilor
 - 3.3.2. Regruparea întrinderrilor

- 3.3.3. Grupul de întreprinderi
- 3.3.4. Internaționalizarea întreprinderilor

Capitolul 4

MODALITĂȚI DE ABORDARE A ÎNTRINDERII

- 4.1. Abordarea sistemică a întreprinderii
- 4.2. Abordarea funcțională a întreprinderii
 - 4.2.1. Conținutul funcțiilor unei întreprinderi
 - 4.2.2. Interdependența și dinamica funcțiilor

Capitolul 5

ORGANIZAREA STRUCTURALĂ ȘI CONDUCEREA ÎNTRINDERII

- 5.1. Organizarea generală a întreprinderii
- 5.2. Structura organizatorică a întreprinderii
- 5.3. Tipuri de structuri organizatorice
- 5.4. Conducerea întreprinderii
 - 5.4.1. Sistemul de conducere și componentele sale
 - 5.4.2. Întreprinderea-centru de decizie

Capitolul 6

FUNȚIUNEA COMERCIALĂ

- 6.1. Conținutul și evoluția funcțiunii comerciale a întreprinderii
- 6.2. Activitatea de marketing
 - 6.2.1. Piața întreprinderii - concept, profil și sferă de cuprindere
 - 6.2.2. Studiarea pieței
 - 6.2.3. Opțiuni de politici comerciale
 - 6.2.3.1. Politica de produs
 - 6.2.3.2. Politica de preț
 - 6.2.3.3. Politica de distribuție
 - 6.2.3.4. Politica promoțională
- 6.3. Activitatea de vânzare
 - 6.3.1. Acțiuni premergătoare vânzării
 - 6.3.2. Elemente caracteristice vânzării de produse
 - 6.3.3. Activitățile post-vânzare
 - 6.3.4. Forța de vânzare
 - 6.3.5. Organizarea structurală a compartimentului

de vânzări

6.4. Activitatea de aprovizionare

6.4.1. Principalele atribuții și obiective ale aprovizionării

6.4.2. Organizarea structurală a compartimentului de aprovizionare materială

6.4.3. Datele necesare elaborării unei politici de aprovizionare

6.4.4. Elaborarea strategiei de aprovizionare materială a întreprinderii

6.4.5. Tipologia stocurilor de materiale de producție

Capitolul 7

FUNȚIUNEA DE CERCETARE-DEZVOLTARE

7.1. Conceptele creativității

7.2. Asimilarea în fabricație a noilor produse

7.2.1. Necesitatea modernizării producției prin asimilarea de produse noi. Căile asimilării

7.2.2. Etape în activitatea de proiectare a noilor produse

7.2.2.1. Elaborarea temei de proiectare și a studiului tehnico-economic

7.2.2.2. Proiectarea produsului

7.2.2.3. Executarea, experimentarea și omologarea prototipului

7.2.2.4. Pregătirea fabricației

7.2.2.5. Executarea, experimentarea și omologarea seriei zero

7.2.3. Analiza valorii - metodă de cercetare - proiectare a produselor

7.3. Structuri organizatorice ale compartimentului de cercetare-dezvoltare

7.4. Eficiența economică a proiectelor de cercetare-dezvoltare

7.4.1. Abordarea deciziei de asimilare a unui produs nou

7.4.2. Abordarea deciziei de asimilare a unei tehnologii noi

Capitolul 8

FUNȚIUNEA DE PRODUCȚIE

8.1. Procesul de producție

- 8.2. Structura de producție a întreprinderii
- 8.3. Tipuri de producție
- 8.4. Legile și principiile organizării proceselor de producție în timp și spațiu
- 8.5. Activitatea de fabricație
 - 8.5.1. Organizarea fabricației în flux
 - 8.5.2. Sistemul flexibil de fabricație
 - 8.5.3. Organizarea muncii
- 8.6. Activitatea de pregătire a producției
- 8.7. Gestiunea producției
 - 8.7.1. Activitatea de programare, lansare și urmărire a producției
 - 8.7.2. Capacitatea, planul și programul de producție
 - 8.7.3. Echilibrarea producției și a vânzărilor
- 8.8. Producția auxiliară și de servire
 - 8.8.1. Activitatea de întreținere și reparații a utilajului de producție
 - 8.8.2. Asigurarea producției cu S.D.V.-uri
 - 8.8.3. Asigurarea producției cu energie
 - 8.8.4. Organizarea activității de transport intern
- 8.9. Controlul de calitate a producției
 - 8.9.1. Organizarea și funcțiile controlului de calitate
 - 8.9.2. Disponibilitatea, fiabilitatea și mentenabilitatea produselor

Capitolul 9

FUNȚIUNEA DE RESURSE UMANE

- 9.1. Evoluția și conținutul actual al funcțiunii de resurse umane
- 9.2. Organizarea funcțiunii de resurse umane
- 9.3. Gestiunea resurselor umane
 - 9.3.1. Analiza și evaluarea posturilor
 - 9.3.2. Gestiunea previzională a personalului
 - 9.3.3. Angajarea personalului
 - 9.3.4. Gestiunea carierei angajaților
 - 9.3.5. Gestiunea recompenselor
 - 9.3.5.1. Conținutul și structura recompenselor
 - 9.3.5.2. Politica de recompensare
 - 9.3.5.3. Forme de salarizare

Capitolul 10

FUNȚIUNEA FINANCIAR-CONTABILĂ

- 10.1. Activitatea contabilă
- 10.2. Activitatea financiară
 - 10.2.1. Ciclul financiar și ciclul de exploatare-concept, conținut
 - 10.2.2. Necesitățile de finanțare a întreprinderii
 - 10.2.3. Sursele de finanțare a întreprinderii
 - 10.2.3.1. Sursele de finanțare a activelor imobilizate
 - 10.2.3.2. Sursele de finanțare a ciclului de exploatare
 - 10.2.4. Echilibrul financiar al întreprinderii

Capitolul 11

PLANIFICAREA ȘI CONTROLUL ÎN ÎNȚREPRINDERE

- 11.1. Conceptul de planificare. Rolul și cerințele procesului de planificare
- 11.2. Avantajele și limitele planificării
- 11.3. Componentele sistemului de planificare
 - 11.3.1. Planificarea strategică
 - 11.3.2. Planificarea operațională
 - 11.3.3. Elaborarea bugetelor
 - 11.3.4. Controlul

Capitolul 12

COMUNICAREA ÎNȚREPRINDERII

- 12.1. Cadrul teoretic al comunicării
- 12.2. Comunicarea internă - rol, tipologie și rețele de comunicare
- 12.3. Mijloace de comunicare
 - 12.3.1. Comunicarea scrisă
 - 12.3.2. Comunicarea orală
 - 12.3.3. Comunicarea audiovizuală

Capitolul 13

CULTURA ÎNȚREPRINDERII

- 13.1. Cultura întreprinderii-concept

- 13.2. Managementul și cultura întreprinderii
- 13.3. Culturi organizaționale puternice, difuze și divizate
- 13.4. Diferențe culturale și stilul de management

Bibliografie