



Digitally signed by
Technical Scientific
Library, TUM
Reason: I attest to the
accuracy and integrity of
this document

UNIVERSITATEA TEHNICĂ A MOLDOVEI

MANAGEMENT ȘI MARKETING

PARTEA I

Note de curs

**Chișinău
2023**

UNIVERSITATEA TEHNICĂ A MOLDOVEI

**FACULTATEA ELECTRONICĂ ȘI TELECOMUNICAȚII
DEPARTAMENTUL TELECOMUNICAȚII
ȘI SISTEME ELECTRONICE**

MANAGEMENT ȘI MARKETING

PARTEA I

Note de curs

**Chișinău
Editura „Tehnica-UTM”
2023**

CZU 654:005.3/.7(075.8)

G 18

Lucrarea a fost discutată și aprobată pentru editare la ședința Consiliului Facultății Electronice și Telecomunicații, proces-verbal nr.7 din 12.04.2023.

Notele de curs *Management și marketing* (Partea I) sunt concepute pentru a dezvolta abilități și competențe de a interpreta corect cererea și oferta pe piață, luarea deciziilor în companie, aplicarea în practică a funcțiilor managementului în contextul menținerii unei culturi organizaționale sustenabile.

Pentru fiecare subiect în parte este expus materialul teoretic relevant și posibilitățile de dezvoltare a abilităților de analiză a comportamentului consumatorului; înțelegerii metodelor de protecție a consumatorului în concordanță cu cele mai moderne strategii și sisteme de control al situației de pe piață; dezvoltarea abilităților de aplicare a strategiilor și tacticilor manageriale în companiile autohtone etc.

Notele de curs *Management și marketing* (Partea I) sunt destinate studenților anului IV, învățământ cu frecvență la zi, programele de studiu *0714.1 Tehnologii și sisteme de telecomunicații* și *0714.2 Rețele și software de telecomunicații*, pentru însușirea disciplinei *Management și marketing în electronică și telecomunicații*.

Autor: dr. hab., prof. univ. Victoria GANEA

Redactor responsabil: dr., conf. univ. Pavel NISTIRIUC

Recenzent: dr., conf. univ. Lilia SAVA

DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A CĂRȚII DIN RM

Ganea, Victoria.

Management și marketing: Note de curs / Victoria Ganea; redactor responsabil: Pavel Nistiriuc; Universitatea Tehnică a Moldovei, Facultatea Electronică și Telecomunicații, Departamentul Telecomunicații și Sisteme Electronice.

– Chișinău: Tehnica-UTM, 2023 – . – ISBN 978-9975-45-929-7.

Partea I. – 2023. – 94 p. – Aut. indicat pe vs. f. de tit.

– Bibliogr.: p. 93-94 (27 tit.). – 25 ex. – ISBN 978-9975-45-930-3.

ISBN 978-9975-45-929-7

ISBN 978-9975-45-930-3 (Partea I)

© UTM, 2023

CUPRINS

Introducere	5
1. Cadrul conceptual al funcționării organizaționale	6
1.1. Organizația – entitate generică. Mediul ambiant al organizației	6
1.2. Procesele funcționale din cadrul entității economice	9
1.3. Clasificarea entităților și caracteristicile lor moderne.....	11
1.4. Crearea noilor entități.....	15
1.5. Fuziunea, extinderea sau lichidarea entității.....	16
2. Concepte fundamentale cu referire la management și manageri	24
2.1. Noțiuni introductive în management	24
2.2. Evoluția istorică și principiile activităților moderne de management	27
2.3. Procese și relații în management	31
2.4. Managerii: caracteristici, aptitudini, competențe și tipuri	33
2.5. Procesul decizional în management.....	36
3. Planificarea în procesul de management	43
3.1. Noțiuni introductive privind funcțiile procesului de management.....	43
3.2. Procesul de planificare: algoritm, principii, etape	45
3.3. Procesul de previziune în activitatea managerială	50
4. Funcția de organizare în activitatea managerială	52
4.1. Funcția de organizare în activitatea managerială	52
4.2. Delegarea în funcția de organizare în activitatea managerială	54
4.3. Structura organizatorică a entității economice	56
4.4. Modele de structuri organizatorice	58

5. Motivarea și comunicarea în procesul de management	62
5.1. Funcția de antrenare–motivare în activitatea managerială	62
5.2. Strategii de motivare a angajaților în organizație	65
5.3. Comunicarea ca proces managerial	66
5.4. Metode de comunicare managerială	70
6. Controlul în management: tipuri și sisteme de control	73
6.1. Funcția de control–evaluare în activitatea managerială....	73
6.2. Tipuri de control și caracteristicile lor.....	74
6.3. Etapele controlului în procesul managerial	77
6.4. Controlul calității – managementul calității	78
7. Cultura organizațională	81
7.1. Importanța culturii organizaționale în management	81
7.2. Tipuri de culturi organizaționale	84
7.3. Etica în afaceri și responsabilitatea socială a organizației	84
Subiecte pentru evaluările periodice și evaluarea finală ...	91
Bibliografie	93

INTRODUCERE

Notele de curs *Management și marketing* (Partea I) se bazează pe un studiu conceptual extins care oferă viitorilor specialiști cunoștințe privind teoria și practica gestionării structurii de afaceri, precum și dezvoltă abilități de aplicare cu succes a acestora în activitățile profesionale viitoare. Competențele acumulate prin această lucrare vor servi ca bază pentru formarea aptitudinilor profesionale cum ar fi: deprinderi și abilități de analiză a tendințelor și proceselor ce au loc în sfera relațiilor de gestiune; aplicarea în practică a diferitelor metode de management, inclusiv cu exemple pertinente valabile pentru domeniul electronicii și telecomunicațiilor; sintetizarea elementelor teoretice și practice legate de specificul diverselor activități de planificare, prognozare, organizare, motivare, și evaluarea activității în entitatea economică, însoțite de exemple concrete, studii de caz, analize, etc.

Scopul lucrării rezidă în formarea unui ansamblu integrat de cunoștințe, abilități și atitudini la studenți, în scopul realizării la nivel calitativ a atribuțiilor și sarcinilor profesionale cu privire la organizarea, gestionarea și controlul unei entități economice bazate pe principiile managementului și marketingului modern și tehnologiilor avansate.

Obiectivele notelor de curs *Management și marketing* (Partea I) includ cunoașterea esenței, funcțiilor și surselor activității și artei de a conduce o entitate economică; familiarizarea cu practica modernă a cercetării teoretice și empirice a conceptelor de gestionare în activitatea entității economice moderne; aplicarea în practică a metodelor specifice de comunicare în companie; aplicarea metodelor de perfecționare a procesului de gestionare în cadrul întreprinderilor autohtone, aplicarea strategiilor de motivare a angajatului în contextul dezvoltării unei responsabilități și etici sociale durabile în organizația managerială etc.

BIBLIOGRAFIE

1. Bădescu V-S. Etica în afaceri. București: PRO Universitaria, 2014. - 405 p.
2. Codul Civil al Republicii Moldova, nr. 1107 din 06.06.2002. Publicat: 01.03.2019 în Monitorul Oficial, nr. 66-75 art. 132.
3. Codul Fiscal, nr. 1163-XIII din 24.04.1997 (în vigoare din 01.01.1998). Republicat: Monitorul Oficial, ediție specială din 08.02.2007.
4. Cuibus L., Sabău M., Arion F. Management și marketing. Îndrumător de lucrări practice. Cluj-Napoca: Editura Academic-Pres, 2019.
5. Daft R.L. Management. 12th Edition, Boston: Cengage Learning, 2014. - 798 p.
6. Etapele lichidării unei entități. Aspecte juridice. Disponibil: <https://www.contabilsef.md/ro>
7. Hurduzeu Gh. Achiziții de firme pe piața de capital. București: Editura Economică, 2002. - 287 p.
8. Jansen Iu. Managementul carierei. Iași: Polirom, 2007. -318p.
9. Johns G. Comportament organizațional. București: Editura Economică, 2014.
10. Kotler Ph. Managementul marketingului. Ediția a 4-a. București: Editura Teora, 2004.
11. Legea contabilității și raportării financiare, nr. 287 din 15.12.2017. Publicat: 05.01.2018 în Monitorul Oficial, nr. 1-6 art. 22.
12. Legea cu privire la antreprenoriat și întreprinderi, nr. 845-XII din 03.01.1992. Publicat în Monitorul Oficial, nr.2/33 din 28.02.1994.
13. Luarea deciziilor. Disponibil: <https://administrare.info/management/>
14. Mancaș M., Jorovlea E. Comportamentul organizațional: modelare prin prisma dimensiunilor acestuia. In: Revista „Economică” nr. 1 (83) 2013, p. 60-67.
15. Mathis R., Nica P., Rusu C. Managementul resurselor umane. București: Editura Economică, 2008.

16. Popa V. Abordările procesului decizional și metodele de adoptare a deciziilor de conducere. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/201-211_1.pdf
17. Poțincu C-R., Poțincu L. Etica în afaceri și responsabilitatea socială corporatistă. București: C.H.Beck, 2013. - 242 p.
18. Procesul de creare și dezvoltare a întreprinderilor noi. Disponibil: <https://www.studocu.com/ro/document/universitatea-danubius/economics/>
19. Schein E.H. Organizational culture and leadership. 3rd Edition. The Jossey-Bass Business & management series, 2004.-464 p.
20. Sehleanu M. Fuziuni și achiziții de întreprinderi: particularități europene și naționale. București: Editura Economică, 2013. - 304 p.
21. Taylor F.W. Scientific Management. Ed. Business & Economics, 2004. - 692 p.
22. Voinea L. Corporațiile transnaționale și capitalismul global. Iași: Editura Polirom, 2007. - 200 p.
23. Volkmann C., Tokarsky K., Gruenhagen M. Entrepreneurship in a European Perspective. Concepts for the Creation and Grows of New Ventures. 1st Edition, Ed.: Gabler Verlag, 2010. - 499 p.
24. Борисов О.Б., Малых Н.И., Грищенко Ю.И., Овешникова Л.В. Корпоративные финансы. Москва: Юрайт, 2019. - 651 с.
25. Горшкова Л.А., Поплавская В.А. Управленческий инструментарий организационного развития: методология формирования. Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2014. - 159 с.
26. Хисматуллина А.М. Менеджмент и маркетинг. Нижнекамск: ФГБОУ ВПО «КНИТУ». 2014. - 85 с.
27. Шапиро С.А. Мотивация и стимулирование персонала. М.: Гросс Медиа, 2005. - 224 с.