

**Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți**  
**Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului**  
**Catedra de științe economice**

**Curriculum**  
**la unitatea de curs „Managementul IMM turistice”**  
**(Managementul întreprinderilor mici și mijlocii)**  
**pentru studenții ciclului I – studii de licență**  
**specialitatea 812.1 „Turism”**  
**învățământ cu frecvență**

Titularul cursului:

\_\_\_\_\_ Oleiniuc Maria, dr., conf.univ.  
(semnătura)

**Bălți, 2016**

Curriculum-ul la unitatea de curs Managementul IMM turistice a fost discutat la ședința Catedrei de științe economice, proces - verbal nr. \_\_\_ din \_\_\_\_\_

Șeful catedrei \_\_\_\_\_ dr. conf. univ. Carolina Tcaci

Curriculum-ul la unitatea de curs Managementul IMM a fost aprobat la ședința Facultății de Științe Reale, Economice și ale Mediului, proces-verbal nr. \_\_\_ din \_\_\_\_\_

Decanul facultății \_\_\_\_\_ prof. univ., dr. hab., Pavel Topală

**Informații de identificare a cursului**

Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului  
Catedra de științe economice

**Domeniul general de studiu:** 36. Servicii publice

**Domeniul de formare profesională la ciclul I:** 363. Turism

**Denumirea specialității:** 812.1 „Turism”

Tabelul 1

**Administrarea unității de curs**

Codul unității de curs	Credite ECTS	Total ore	Repartizarea orelor				Forma de evaluare	Limba de predare
			Prelegeri	Seminare	Lucrări practice	Activități individuale		
S.05.A.042	5	150	30	15	30	75	Examen oral	română

Statutul: disciplină la alegere

**Informații referitoare la cadrul didactic**

Titularul cursului – Oleiniuc Maria, doctor în științe economice, lector superior, a absolvit Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți, specialitatea „Management în învățământ și instruire economică”. E-mail: mariadodu@yandex.ru

Orele de consultații: luni, 13.10 – 14.40

**Integrarea cursului în programul de studii:** Programul cursului va permite familiarizarea studenților cu conceptul de antreprenariat utilizat în teoria și practica mondială. Pentru însușirea obiectului dat, drept bază le servesc cunoștințele căpătate la așa discipline cum sunt: „Teoria economică”, „Fundamentele managementului organizației”, „Economia firmei”, „Managementul aprovizionării și vânzărilor”. Principiul de bază în elaborarea materialului didactic la disciplina „Managementul întreprinderilor mici și mijlocii” este elucidat de sistematizarea modificărilor, ce survin în caracteristicile managementului afacerilor mici și mijlocii și în caracteristicile personale și profesionale ale întreprinzătorilor-manageri, la diferite etape ale ciclului de viață al afacerii.

**Competențe prealabile:**

- cunoașterea principalelor modele de management;
- elaborarea și să fundamentarea de proiecte, strategii și programe în domeniul economiei afacerilor;
- identificarea și definirea conceptelor, teoriilor, metodologiilor și indicatorilor utilizați în analiza economică a întreprinderii;
- înțelegerea rolului întreprinzătorului în economia de piață.

**Competențe dezvoltate în cadrul cursului:**

- cunoașterea și abordarea într-o viziune sistemică a celor mai importante probleme implicate de proiectarea, înființarea, funcționarea și dezvoltarea unei întreprinderi mici sau mijlocii;
- identificarea tipurilor de resurse necesare derulării unei afaceri;
- utilizarea inovației și creativității în formularea soluțiilor noi la problemele legate de elaborarea unui plan de afaceri;
- abordarea aspectelor specifice atât de necesare în procesul de aderare la Uniunea Europeană atât la nivel național cât și a experienței mondiale în domeniul IMM-urilor turistice.

**Finalitățile cursului:**

- să elaboreze principalele tipuri de strategii antreprenoriale, a gestiunii și controlului echilibrului financiar al întreprinderii;
- să analizeze studiile de caz propuse plecând de la managementul schimbărilor și de la eșecul întreprinderilor mici și mijlocii în economia de piață;
- să cultive unele atitudini constructive în contexte organizaționale variate.

Tabelul 2

**Conținuturi**

Tematica	Ore			
	Prelegeri	Seminare	Lucrări practice	Activitatea independentă
1	2	3	4	5
<b>Tema 1. Elemente introductive privind antreprenoriatul</b> 1. Antreprenoriat: concept, forme și tipologii 1.1. Activități cu autorizație comercială 1.2. Antreprenoriatul sub forma întreprinderilor comerciale 1.3. Tipologia formelor mediului antreprenorial 2. Mediul antreprenorial 3. Antreprenoriatul social 4. Antreprenorul de succes	2	-	2	6
<b>Tema 2. Desfășurarea activității antreprenoriale în Republica Moldova</b> 2.1. Modalități de lansare a unei afaceri 2.1.1 Deschiderea unei afaceri proprii 2.1.2 Cumpărarea unei afaceri existente 2.2. Cauzele eșecurilor antreprenoriale în Republica Moldova 2.3. Baza legislativă a antreprenoriatului în Republica Moldova 2.4. Înregistrarea întreprinderilor în Republica Moldova 2.5. Protecția proprietății intelectuale	4	2	4	8
<b>Tema 3. Întreprinderile mici și mijlocii – pilon al economiilor naționale</b> 3.1. Definierea întreprinderii mici și mijlocii și particularitățile acesteia 3.1.1 Delimitări conceptuale privind IMM-urile 3.1.2 Definiția europeană a IMM-ilor 3.2. Caracteristici ale întreprinderilor mici și mijlocii, factori de influență și tipuri de IMM-uri 3.3. Rolul economic și social al IMM-ilor 3.4. Susținerea de către stat a IMM-urilor 3.5. Rolul incubatoarelor de afaceri și a agențiilor de consultanță	4	2	4	8
<b>Tema 4. Modelele antreprenoriale</b> 4.1. Modelul Moore-Bygrave 4.2. Modelul Blawatt	2	-	2	6
<b>Tema 5. Franciza – modalitate alternativă de a întreprinde</b> 5.1. Conceptul, avantajele și dezavantajele franchisingului 5.2. Contractul de franhiză 5.3. Evaluarea afacerii de franchiză 5.4. Experiența de franchising internațională 5.5. Cadrul legal al franchisingului în Republica Moldova 5.6. Situația actuală și perspectivele franchisingului în Republica Moldova 5.7. Oportunități de franchising pentru mediul de afaceri din Republica Moldova	4	2	4	8
<b>Tema 6. Planificarea strategică a micilor afaceri</b> 6.1. Elaborarea strategiei serviciilor 6.2. Analiza pieței și strategia de marketing a serviciilor 6.3. Importanța planificării strategice 6.4. Analiza amănunțită a segmentului de piață 6.5. Definierea scopurilor, a obiectivelor noii afaceri și implementarea planului strategic	2	-	2	5
<b>Tema 7. Particularități ale funcțiilor conducerii în IMM-ri</b> 7.1. Previziunea în IMM 7.2. Organizarea în IMM 7.3. Coordonarea în IMM 7.4. Controlul în IMM 7.5. Managementul resurselor umane în IMM	2	-	2	6

<b>Tema 8. Planificarea afacerii</b> 8.1. Importanța planificării afacerii 8.2. Procesul de planificare a afacerii și conținutul planului de afaceri	2	2	2	6
<b>Tema 9. Marketingul IMM-lor</b> 9.1. Firmele mici și problemele lor de marketing 9.2. Marketingul în firmele antreprenoriale 9.3. Impactul internetului asupra marketingului antreprenorial	2	2	2	4
<b>Tema 10. Strategii antreprenoriale</b> 10.1. Specificitatea strategiilor antreprenoriale 10.2. Tipuri de strategii și alianțe strategice antreprenoriale 10.3. Strategia de replicare	2	2	2	6
<b>Tema 11. Sursele de finanțare la crearea întreprinderii</b> 11.1. Tipuri de finanțare 11.2. Surse de finanțare 11.3. Deficitul de finanțare al IMM-urilor 11.4. Problemele existente în finanțare IMM-urilor 11.5. Soluții pentru depășirea constrângerilor în finanțarea IMM-urilor	2	2	2	6
<b>Tema 12. Protecția afacerii</b> 12.1. Pericolele cu care se confruntă o afacere 12.2. Strategii de gestionare a riscului 12.3. Asigurarea: etapele procesului de asigurare, condiții de asigurare, tipuri de asigurări	2	1	2	6
Total	30	15	30	75

#### **Activități de lucru individual:**

- studierea literaturii suplimentare la curs;
- eseu „Antreprenorul de succes”;
- analiza studiilor de caz;
- referat: „Experiența de franchising internațională și națională”.

Aprecierea lucrului individual se efectuează prin verificarea sintezelor materialului studiat individual, inițierea discuțiilor de grup cu studenții pe tematica studiului individual, interogarea studenților, simularea unor situații practice, soluționarea cărora necesită aplicarea legislației în domeniul activității bancare, verificarea studiilor de caz individuale ale studenților, etc.

#### **Notă**

1. Referatele nu se predau prin e-mail decât la solicitarea cadrului didactic titular de seminar;
2. În cazul în care, din motive bine întemeiate, referatul nu poate fi predat la data stabilită, studentul va trebui să anunțe, în prealabil, cadrul didactic titular de seminar asupra acestei situații.

#### **Evaluare**

Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție realizate la orele de seminar și demonstrării abilităților practice în domeniul studiat – la orele de lucrări practice. Totodată, studenții, obligatoriu, vor fi supuși la o probă de evaluare curentă și la executarea însărcinărilor individuale. Însărcinările individuale se pregătesc de către toți studenții pentru lecțiile care corespund tematicii respectivelor însărcinări. Notele obținute pentru probele de evaluare curentă și pentru activitatea individuală au statut de note ordinare. Nota reușitei curente va reprezenta media aritmetică a notelor acumulate la disciplina respectivă.

Evaluarea finală se realizează sub formă de examen scris. Nota finală se calculează conform formulei:

$$- N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5,$$

unde  $N_f$  – nota finală;  $N_c$  – nota reușitei curente;  $N_e$  – nota de la examen.

### *Subiectele pentru evaluarea finală*

1. Antreprenoriat: concept, forme și tipologii.
2. Activități cu autorizație comercială.
3. Antreprenoriatul sub forma întreprinderilor comerciale.
4. Mediul antreprenorial. Tipologia formelor mediului antreprenorial.
5. Antreprenorul de succes.
6. Antreprenoriatul social.
7. Deschiderea unei afaceri proprii.
8. Etapele procesului de deschidere a afacerii de la zero.
9. Stabilirea denumirii afacerii.
10. Cumpărarea unei afaceri existente. Etapele procesului de cumpărare a afacerii.
11. Activitatea de antreprenoriat în Republica Moldova.
12. Cauzele eșecurilor antreprenoriale în Republica Moldova.
13. Baza legislativă a antreprenoriatului în Republica Moldova.
14. Înregistrarea întreprinderilor în Republica Moldova.
15. Protecția proprietății intelectuale: brevetul de invenție, marca comercială, modelul de utilitate, modelul sau desenul industrial, dreptul de autor, secretul comercial.
16. Delimitări conceptuale privind IMM-urile.
17. Definiția europeană a IMM-lor.
18. Caracteristici ale IMM-lor.
19. Factori de influență a IMM.
20. Tipuri de IMM-uri.
21. Rolul economic și social al IMM-lor.
22. Susținerea de către stat a IMM-urilor.
23. Rolul incubatoarelor de afaceri și a agențiilor de consultanță.
24. Modelul antreprenorial Moore-Bygrave.
25. Modelul antreprenorial Blawatt.
26. Conceptul, avantajele și dezavantajele franchisingului.
27. Contractul de franhiză.
28. Evaluarea afacerii de franchiză.
29. Experiența de franchising internațională.
30. Cadrul legal al franchisingului în Republica Moldova.
31. Situația actuală, perspectivele și oportunități de franchising pentru mediul de afaceri din Republica Moldova .
32. Particularități ale funcțiilor conducerii în IMM-ri.
33. Marketingul IMM-lor din Republica Moldova.
34. Impactul internetului asupra marketingului antreprenorial.
35. Importanța planificării afacerii.
36. Procesul de planificare a afacerii și conținutul planului de afaceri.
37. Specificitatea strategiilor antreprenoriale.
38. Tipuri de strategii antreprenoriale.
39. Alianțe strategice antreprenoriale.
40. Strategia de replicare.
41. Tipuri și surse de finanțare.
42. Deficitul de finanțare al IMM-lor.
43. Problemele existente în finanțare IMM-lor.
44. Soluții pentru depășirea constrângerilor în finanțarea IMM-lor Rolul băncilor în activitatea IMM.
45. Planificarea strategică a micilor afaceri.
46. Pericolele cu care se confruntă o afacere.
47. Strategii de gestionare a riscului.
48. Asigurarea: etapele procesului de asigurare, condiții de asigurare, tipuri de asigurări.

### ***Model de studiu de caz***

Acest studiu relatează povestea unui întreprinzător care a treuit prin mai multe operațiuni de creare și vindere a propriilor sale întreprinderi.

Încă de la începutul celei de-a treia afaceri, Pinnacle Technology Solutions, o agenție de plasare, am început să mă întreb dacă am ajuns acolo unde îmi doream. Nu se întâmplase nimic rău: afacerea, pe care o înființasem în 1998 în vârful boom-ului cererii de forță de muncă, mergea bine. Totuși, o neliniște nedeslușită îmi spunea că îmi datorez mie însumi să gândesc mai...strategic. Atunci m-am gândit că poate ar trebui să iau în considerare modul în care intenționez să ies din afacere.

Până atunci mai avusesem două „aventuri” antreprenoriale: Best Resume Career Management Service Inc., o agenție de căutare a locurilor de muncă pentru persoanele care nu reușeau să facă acest lucru singure, pe care am înființat-o împreună cu tatăl meu în 1994 și Pinnacle Career Solutions Inc., care coordona târgurile de job-uri. Pe aceasta din urmă am înființat-o pe când încă mai dețineam Best Resume. Am vândut Best Resume în 1997 când am găsit un cumpărător și am închis Pinnacle Career Solutions în 1999. Totuși, ambele „ieșiri” din afaceri au fost pline de situații neprevăzute. Pentru nici una nu am planificat în sens strategic.

După ce am vândut și a treia afacere și am pornit-o pe a patra, am învățat că întrebarea despre cum să ieși dintr-o afacere este echivalentul antreprenorial al întrebării: „Doriți cartofi prăjiți ca garnitură?”

Gluma s-a îngroșat odată cu a doua afacere, coordonarea târgurilor de job-uri, Pinnacle Career Solutions. Când am pornit această afacere, nimeni nu organiza târguri de job-uri; trei ani mai târziu, o făceau toți. Între timp, încercasem și eșuasem în încercarea de a încheia un parteneriat cu un concern media regional. Mi-am prezentat planul de afaceri acestei companii care, în schimb, l-a luat și s-a asociat cu un alt partener. Compania media controla cel mai mare ziar din zona în care făceam eu afaceri și a ridicat astfel o barieră virtuală în a face publicitate companiei mele. Această combinație de factori a însemnat că Pinnacle Career Solutions s-a înecat. Acest fapt a condus la singura strategie rezonabilă de ieșire: închiderea. Cât despre agenția de plasare, Pinnacle Technology Solutions, grație revelației mele legate de nevoia de a stabili o strategie de ieșire încă de la început, a-mi lua rămas bun a fost ceva firesc. Afacerea fiind lansată în 1998, crescuse venitul anual la 4 milioane dolari și, parcă, începusem să văd semne ale încetirii din moment ce boom-ul tehnologic se metamorfozase în praf și pulbere iar plasamentele, preocuparea noastră exclusivă, începuseră să se rarească. Când un concurent prietenos m-a abordat la începutul anului 2002 în legătură cu cumpărarea afacerii, nu m-am gândit de două ori dacă să vând sau nu. Concurentul era cam de aceeași mărime și nu vedeam de ce ar fi trebuit să continui să mă bat cap în cap cu el pe o piață neprietenoasă.

Lansarea celei de-a patra companii, Talent Management Group, în iunie 2002, a implicat de asemenea, stabilirea unei strategii de ieșire. Nu contează dacă această strategie specifică mai este valabilă atunci când va veni timpul să ies din afacere. Important este să am acest scop în minte încă de la început.

1. Cum l-ați caracteriza pe întreprinzătorul-erou al acestei povestiri?
2. De ce consideră acesta că stabilirea unei strategii de ieșire din afacere este necesară încă de la început?
3. Ținând cont că din trei afaceri anterioare două au fost vândute, ce ați analiza dacă ați fi cumpărătorii acestor întreprinderi?

### ***Resurse informaționale de bază ale cursului***

1. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova Nr. 685 din 13.09.2012 cu privire la aprobarea Strategiei de dezvoltare a sectorului întreprinderilor mici și mijlocii pentru anii 2012-2020 În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 21.09.2012, nr. 198-204 art. Nr. 740.
2. Legea Republicii Moldova cu privire la antreprenoriat și întreprinderi, Nr. 845-XII din 03.01.1992. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 1994, Nr. 2/33, cu modificări și completări.
3. Legea Republicii Moldova cu privire la susținerea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii, Nr. 206-XVI din 07.07.2007. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2007, Nr. 126-130/605, cu modificări și completări.
4. Bugaian, L; Catanoi, V; Cotelnic, A. Antreprenoriat: inițierea afacerii. Chișinău: Editura „Elena V.I” SRL, 2010.

5. Gorobievski, S. Antreprenoriatul: aspecte fundamentale manageriale. Chișinău: Editura Tehnica-Info, 2009. 326 p
6. Nicolescu, O. Antreprenoriatul și managementul întreprinderilor mici și mijlocii. Concepte, abordări, studii de caz. București: Editura Economică, 2008, 60 p.

***Resurse informaționale suplimentare ale cursului***

1. Aculai, E. coord. la CSPP. Businessul mic în Moldova. Starea, evoluția, problemele și necesitățile de susținere : sinteză analitică. Chișinău, 1999.
2. Aculai, E. Condiții de creare și dezvoltare a întreprinderilor : analiză prin prismă de gen. Chișinău : UNIFEM, UNDP Moldova, Statistica Moldovei, 2009.
3. Covaci, B. Antreprenoriat (Note de curs). Suport de curs pentru învățământ la distanță. Viena: Osterreichish-Rumanischer Akademischer Verein, 2011
4. Goian, I; Gasnaș, A; Gasnaș, A. Curs de antreprenoriat. Chișinău: Editura Epigraf, 2010.
5. Grigore, Ana-Maria. Antreprenoriat si management pentru afaceri mici si mijlocii. București: Editura [CH Beck](#), 2012.
6. Mocanu, M. Franciza. Francizarea. Ghid practic. București: Editura Universul juridic, 2013.
7. Nicolescu O. Efectele economice ale reformei asupra sectorului de întreprinderi mici și mijlocii și modalități de dezvoltare a acestuia: raport de cercetare. București: Editura ASE, 2000, 60 p.
8. Nicolescu, O. Managementul întreprinderilor mici și mijlocii. București: Editura Economică, 2001.
9. Roșcovan, M; Bugaian, L; Francising: tehnică de afaceri si oportunități penrtu antreprenori. Proiectul Bizpro Moldova. Chișinău: Editura Prag-3, 2002.
10. Russu, C. Potențialul întreprinderilor mici si mijlocii de producere a valorii adăugate. Analize și perspective în domeniul industriei prelucrătoare. București: Editura Expert, 2010.