

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

Curriculumul la unitatea de curs

„ MANAGEMENT SOCIAL”

**Anul universitar 2015/2016
Pentru studenții ciclului I – studii de licență,
domeniul general de studiu 36 - „Științe Economice”
la specialitatea
363.1 „Business și Administrare”
(studii cu frecvență redusă)**

Titularul cursului

_____SUSLENCO Alina, dr., asistent univ.

Bălți, 2015

Curriculumul la unitatea de curs Management Social a fost discutat și aprobat la ședința Catedrei de științe economice

Procesul verbal nr. __ din _____

Șeful catedrei dr., conf. univ. _____ Carolina Tcaci

Curriculumul la unitatea de curs Management Social a fost aprobat la ședința Consiliului Facultății de Științe Reale, Economice și ale Mediului

Procesul verbal nr. ____ din _____

Decanul facultății, dr. hab., pr. univ. _____ Pavel Topală

Informații de identificare a cursului

Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra de științe economice
Domeniul general de studiu: 36 – „Științe Economice”
Domeniul de formare profesională la ciclul I:
Denumirea specialității: 363.1 „Business și Administrare”.

Administrarea unității de curs:

Codul unității de curs	Credite ECTS	Total ore	Repartizarea orelor				Forma de evaluare	Limba de predare
			Prel.	Sem.	Lab.	l.ind.		
M.04.A.035	5	150	12	12	6	120	Examen	Română

Statutul: disciplină fundamentală.

Informații referitoare la cadrul didactic

Titularul cursului – SUSLENCO Alina, dr., asistent universitar, Catedra de științe economice. Studii de licență: Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți, specialitatea „Business și Administrare”. Studii de masterat: Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți, specializarea „Administrarea Afacerilor Comerciale”. Studii de doctorat: Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, domeniul „Management”. A susținut teza de doctor în economie în „Management”, subdomeniul „Managementul Resurselor Umane”. A realizat peste 32 publicații științifice, un capitol în monografie în calitate de coautor, o monografie „Capitalul uman și competitivitatea întreprinderii”.

Localizarea și informații de contact: biroul 526, contact: tel. 060911146. Adresa e-mail: alina.suslenco@mail.ru. Ora de consultații: vineri, ora 14.10.

Integrarea cursului în programul de studii

Cursul *Management Social* se integrează organic în ansamblul materiilor incluse în pregătirea viitorilor economiști, manageri utilizând cunoștințele asimilate de studenți la următoarele discipline: teoria economică, Fundamentele managementului organizației I, fundamentele managementului organizației II, oferind cunoștințe, metode și procedee ce vor fi utilizate la alte materii precum analiza activității economice, etc.

Având în vedere faptul că în multe domenii ale științei și practicii, cunoștințele se uzează, odată cu trecerea timpului și apare necesitatea de a însuși noi idei, cunoștințe în orice domeniu, în special al gestionării unei afaceri deoarece, managementul afacerii este un pilon al viabilității unei organizații care asigură durabilitate și sustenabilitate.

Obiectivul principal al cursului constă în familiarizarea studenților cu principiile și normele de bază ale managementului social al firmelor la nivelul comportamentului cotidian al managerilor. Cursul va fi axat pe dezvoltarea abilităților de aplicare a principiilor și regulilor care trebuie să guverneze activitatea managerială, respectiv o conduită corectă în afaceri. Situațiile complexe care obligă pe un specialist să ia o decizie pentru a asigura comportamentul etic atât în interiorul instituției în care activează, cât și în relațiile acestuia cu mediul extern, îl pun deseori în dilemă.

Scopul cursului „*Management Social*” constă în a pregăti studenții pentru viața profesională și a-i ajuta să-și însușească un comportament care să-i ajute să-și joace excelent rolul profesional și să obțină succesul. Asta pentru că o comportare etică nu numai că îmbunătățește climatul de muncă și contribuie la ridicarea moralului angajaților și la crearea unei imagini favorabile companiei, ci și joacă un rol important în obținerea succesului. Modul și motivația pentru care oamenii acționează de o anumită manieră pot fie explicate pornind de la standardele managementului social. Dinamismul relațiilor economice contemporane, extinderea fenomenului de globalizare și expansiunea mediului de afaceri de la începutul acestui mileniu, au deschis nu numai apetitul pentru performanță, prosperitate și dorința de a fi cel mai bun în domeniul în care activezi, ci și, din nefericire, setea de a atinge toate aceste obiective cu orice preț, indiferent de mijloace.

În timpul dezbaterilor pe care le susțin studenții la ore, se va scoate în evidență esența indiscutabilă a ceea ce este moral în orice acțiune pe care o întreprindem în viața socială, economică sau de altă natură. Este fundamentul de bază în care ceea ce-ți propui să faci este durabil, onest, obiectiv și sincer.

Studenții vor învăța și o altă fațetă a managementului, managementul responsabilității sociale, respectarea principiilor etice de comportament în relațiile de muncă, și anume: principiul egalității, principiul nediscriminării, accesului la informație, principiul transparenței, principiul respectului și considerației, principiul confidențialității.

Curriculumul la disciplina „*Management Social*” definește o serie de probleme legate de organizarea activității de gestiune a afacerii într-o organizație cu responsabilitate socială și de participare a studenților la elaborarea proiectelor de analiză a metodelor și tehnicilor de gestiune a unei afaceri care este responsabilă social. Programul cursului include studierea aspectelor conceptuale, legităților logice de analiză a interdependenței conceptelor analizate. Este dezvăluit conceptul de management, metode de management, tehnici de conducere a unei afaceri, se examinează tehnologia analizei conceptelor analizate, metodele de lucru cu metodologia de analiză a managementului afacerii și a principalelor activități din domeniul managementului social al unei întreprinderi. Este analizată responsabilitatea socială a firmelor. Este analizat procesul de selectare a metodelor oportune pentru conducerea unei afaceri în conjunctura economică complexă, pe timp de criză economică, de stabilire a tehnicilor oportune care pot fi utilizate în anumite situații dar care rămân mereu responsabile din punct de vedere social. Sunt prezentate structura prelegerilor de curs, temele seminariilor, temele laboratoarelor, structura proiectului, evaluarea curentă, evaluarea finală, precum și bibliografia obligatorie și recomandată.

Obiectul de studiu al cursului *Managementului Social* este sistemul integrat de regulamente, tehnologii, metode și tehnici de gestiune a unei afaceri în contextul mediului turbulent și schimbător.

Competențe prealabile

1) Competențe cognitive

- de cunoaștere a conceptelor de bază teoretice și aplicative ale managementului;
- de cunoaștere a metodelor utilizate de planificare a unei afaceri;
- de identificare a necesității responsabilității sociale în afaceri;
- de comparare efectelor de implementare și neimplementare a laturii sociale, a responsabilității sociale în cadrul firmelor.

2) Competențe de aplicare

- de utilizare a metodelor de gestiune a unei afaceri în cadrul organizației în scopul atingerii performanței economice și a dezvoltării durabile;
- de identificare a tehnicilor de management a unei organizații și posibilitățile lor de aplicare pentru a rămâne responsabile social;

- de analiză a necesității implementării eticii în cadrul afacerilor durabile;

Studentii anului III ce studiază acest curs trebuie să dețină aceste competențe prealabile acumulate la unitățile de curs precum: Economia întreprinderii, Bazele teoriei economice, fundamentele managementului organizației I, fundamentele managementului organizației II, Managementul Întreprinderilor mici și mijlocii.

Competențe dezvoltate în cadrul cursului

Cursul urmărește să formeze la studenți unele deprinderi de a raționa economic, de a administra eficient o afacere, de a planifica strategic resursele unei afaceri, de a interpreta logic informațiile disponibile din departamentul de management, de a aplica judicios metodele specifice de management în diferite contexte, de a interpreta corect rezultatele aplicării deprinderilor metodice, astfel încât după parcurgerea cursului să poată interpreta corect fenomenele economice și sociale cu ajutorul aplicării eticii, responsabilității sociale în managementul întreprinderilor, corect și adecvat situației create la întreprindere.

1) Competențe cognitive

- de conceptualizare a metodelor aplicabile în managementul afacerii și posibilitatea aplicării lor la întreprindere pentru atingerea dezvoltării durabile;
- de conceptualizare a tehnicilor de management social care pot fi aplicabile în diferite contexte social-economice;
- de interpretare a conceptelor și fenomenelor studiate;
- de conceptualizare a necesității comportării politicoase și amabile la locul de muncă;
- de conceptualizare a necesității respectării codului etic al instituției;
- de asimilare a principiilor care stau la baza caracterului etic, moral, social al afacerilor;

2) Competențe de aplicare

- de identificare a metodelor oportune de gestiune a întreprinderilor responsabile social;
- de identificare a schimbărilor profunde din structurile de management, în contextul restructurării economiei naționale pe principiile și legile pieții și implementării măsurilor de responsabilitate socială. Utilizarea diferitor metode și tehnici de management care ar cultiva responsabilitatea socială;
- de aplicare a metodelor și tehnicilor manageriale oportune pentru diferite sectoare ale economiei naționale.

Finalitățile cursului

Reeșind din obiectivul general al cursului *Management Social* care este formarea bazei teoretico-metodologice și aplicative în domeniul gestiunii afacerii responsabile din punct de vedere social.

Studentul va fi capabil:

- să definească adecvat conceptele-cheie ale afacerii responsabile din punct de vedere social, prin metalimbajul corespunzător (morală, etichetă, deontologie);
- să identifice diferite tipuri de etică (generală, de afaceri, profesională);
- să reproducă reguli internaționale de etichetă în afaceri;
- să însușească arta comunicării în afaceri;
- să analizeze interconexiunea dintre conceptele de management social- luarea deciziilor- competitivitatea întreprinderii-performanță-durabilitate.

Conținuturi
Tematica și repartizarea orelor

Nr. d/o	Tematica	Număr de ore			
		Prelegeri	Seminare	Laboratoare	Activitatea independentă
1.	Aspecte conceptuale ale managementului 1.1 Evoluția noțiunii de management 1.2 Definiții pentru management 1.3 Abordări principale și analitice manageriale 1.4 Rolul managementului în sistemele sociale, în domeniile productive-economic și cultural 1.5 Evoluția școlilor de management	2	2		15
2.	Noțiuni generale privind etica afacerilor și responsabilitatea socială 2.1 Etica afacerilor 2.2 Responsabilitatea socială 2.3 Scurt istoric al interesului pentru etica afacerilor și a responsabilității sociale	1	1		15
3.	Conceptul de „Corporate Social Responsibility” (CSR) 3.1 Generalități privind responsabilitatea socială a organizațiilor de afaceri 3.2 Definierea conceptului de CSR (Corporate Social Responsibility) 3.3 Piramida responsabilității sociale a organizațiilor de afaceri 3.4 Responsabilitatea socială a firmelor – opțiune sau necesitate? 3.5 Corporate Social Responsibility (CSR) în Moldova 3.6 Responsabilitatea socială în economia globală	2	2	1	15
4.	4. Integrarea managerială a responsabilității sociale a corporațiilor 4.1 Integrarea CSR- un proces continuu 4.2 Rolul echipei manageriale în procesul de integrare a responsabilității sociale 4.3 Instrumentele managementului responsabilității sociale 4.4 Tipuri de strategii manageriale „responsabile” 4.5 Tipurile de programe/tactici/inițiative de CSR	2	2	1	15
5.	Influența CSR asupra performanțelor financiare și sociale ale companiilor 5.1 Impactul responsabilității sociale asupra economiei corporației 5.2 Beneficii ale programelor de CSR 5.3 Costurile asumării responsabilității sociale	1	1		15
6.	Modele de management pentru responsabilitatea socială a corporațiilor 6.1 Modelul managerial SIGMA 6.2 RainbowScore® : o abordare strategică a valorii multi-dimensionale 6.3 Modelul COMPASS 6.4 Modelul molecular 6.5 Modelul sustManage™ 6.6 Modelul de performanță Global Compact 6.7 Modelul celor trei „P”	2	1	1	15
7.	7. Implementarea și evaluarea CSR 7.1 Standardele internaționale în definirea și implementarea CSR 7.2 Măsurarea și raportarea performanțelor CSR 7.3 Evaluarea CSR	1	1	1	15
8.	Management modern pentru economie bazată pe cunoaștere 8.1 Noua filosofie a capitalizării firmelor 8.2 Investiții și antreprenoriat în economia bazată pe cunoaștere 8.3 Informația în societatea cunoașterii și evoluția spre economia bazată pe cunoaștere	1	1	1	15

	8.4 Aspecte concludive cu privire la societarea cunoașterii și aportul managementului social				
9.	Managementul organizațiilor non-guvernamentale 9.1 Organizațiile neguvernamentale: definire, concepte de bază; evoluție; 9.2 Sectorul neguvernamental: principalele caracteristici și funcții ale organizațiilor neguvernamentale; 9.3 Managementul organizațiilor neguvernamentale; 9.4 Cooperarea cross-sectorială: raporturile dintre instituțiile administrației publice și organizațiile neguvernamentale, relația cu sectorul de afaceri.		1	1	
	Total		12	12	6
					120

Activități de lucru individual

Activitatea individuală a studenților este o componentă obligatorie în cadrul procesului de instruire. În studiul acestui curs, studenților li se vor propune o literatură variată ce urmează a fi studiată independent. Conținutul studiilor de caz la fiecare temă este prezentat mai jos.

Studiu de caz 1: Analiza modalităților de luare a deciziilor în cadrul întreprinderilor de producție și întreprinderilor prestatoare de servicii. Asemănări, deosebiri, și elemente caracteristice.

Studiu de caz 2: Studiarea și analiza metodelor utilizate în managementul firmelor. Utilizare și aspecte comparative.

Studiu de caz 3: Simulări ale tehnicilor de management utilizate la întreprinderile autohtone. Exemple de succes.

Studiu de caz 4: Identificarea metodelor și tehnicilor cele mai oportune în diferite conjuncturi economice și contexte social-economice.

Studiu de caz 5: Specificarea întreprinderilor care valorifică potențialul inovațional al angajaților și implementează tehnici moderne.

Pentru fundamentarea cunoștințelor teoretico-aplicative studenții trebuie să lucreze individual la cele 5 studii de caz propuse. Studenții unei grupe vor fi grupați în echipe a câte 2-3 studenți (atfel încât să cuprindă întreaga grupă). Un membru din fiecare echipă va veni la cadrul didactic va trage la sorți, astfel încât să se respecte etica și va alege un studiu de caz din cele 5 propuse. Respectiv fiecare echipă va avea de muncit la un studiu de caz. Ulterior la ultimul seminar echipele vor prezenta rezultatele lucrului individual. Pentru aceste studii de caz studenții vor obține câte o notă. Nota va depinde de limbaj, claritate în exprimare, logică.

Subiectele pentru evaluarea finală

1. Evoluția noțiunii de management. Definiții pentru management
2. Abordări principale și analitice manageriale. Rolul managementului în sistemele sociale, în domeniile productive-economic și cultural
3. Evoluția școlilor de management
4. Etica afacerilor
5. Responsabilitatea socială
6. Scurt istoric al interesului pentru etica afacerilor și a responsabilității sociale
7. Generalități privind responsabilitatea socială a organizațiilor de afaceri
8. Definierea conceptului de CSR (Corporate Social Responsibility)
9. Piramida responsabilității sociale a organizațiilor de afaceri
10. Responsabilitatea socială a firmelor – opțiune sau necesitate
11. Corporate Social Responsibility (CSR) în Moldova
12. Responsabilitatea socială în economia globală
13. Integrarea CSR- un proces continuu
14. Rolul echipei manageriale în procesul de integrare a responsabilității sociale

15. Instrumentele managementului responsabilității sociale
16. Tipuri de strategii manageriale „responsabile”
17. Tipurile de programe/tactici/inițiative de CSR
18. Impactul responsabilității sociale asupra economiei corporației
19. Beneficii ale programelor de CSR
20. Costurile asumării responsabilității sociale
21. Modelul managerial SIGMA
22. RainbowScore® : o abordare strategică a valorii multi-dimensionale
23. Modelul COMPASS
24. Modelul molecular
25. Modelul sustManage™
26. Modelul de performanță Global Compact
27. Modelul celor 3 „P”
28. Standardele internaționale în definirea și implementarea CSR
29. Măsurarea și raportarea performanțelor CSR
30. Evaluarea CSR
31. Noua filosofie a capitalizării firmelor
32. Investiții și antreprenoriat în economia bazată pe cunoaștere
33. Informația în societatea cunoașterii și evoluția spre economia bazată pe cunoaștere
34. Aspecte concludive cu privire la societatea cunoașterii și aportul managementului
35. Managementul organizațiilor neguvernamentale

Studentii care studiază acest curs trebuie să elaboreze un proiect ca să dea dovadă de cunoștințe din domeniul managementului social. Exemplul proiectului la Management Social este prezentat mai jos.

Conținutul proiectului pentru evaluarea curentă

Organizare: Studiul va fi realizat de un grup format din 2-3 studenți și va fi prezentat la o dată prestabilită, în cadrul seminarului. Durata prezentării: maxim 20 de minute + întrebări și discuții (20 de minute). Prezentarea se va face liber și va fi însoțită de o prezentare power point.

Cerință: Prezentarea analizei unei situații (problemă sau oportunitate) din practica managementului a unei organizații a soluțiilor/ opțiunilor de valorificare pentru aceasta. Situația aleasă trebuie să fie interesantă pentru cei cărora le va fi prezentată și să se încadreze în problematica Managementului Social.

Structura trebuie să fie cea a unei propuneri realizată de un consultant intern sau extern care o supune discuției și deciziei managementului organizației.

Structura:

1. Descrierea organizației dimensiune, structură, obiective, resurse.
2. Identificarea și definirea situației din managementul organizației (problemă sau oportunitate), respectiv a legăturilor acesteia cu alte aspecte din cadrul organizației.
3. Cauzele/ oportunitățile care au condus la situație.
4. Formularea obiectivelor ce vor fi atinse prin soluționarea problemei sau valorificarea oportunității (SMART).
5. Analiza SWOT relativă la situația analizată.
6. Prezentarea opțiunilor pentru rezolvarea problemei sau valorificarea oportunității (minim 3), pentru fiecare soluție-opțiune se vor descrie avantajele, dezavantajele, inclusiv influența elementelor din analiza SWOT.
7. Identificarea, argumentarea și prezentarea detaliată a soluției optime.
8. Elaborarea scenariilor de implementare, inclusiv a planului de implementare, și rezolvarea dificultăților / obiecțiilor posibile să apară.
9. Modalități de evaluare/ verificare a atingerii obiectivelor.

10. Concluzii.

Dimensiune: 15-20 pagini, A4, TNR 12, la 1 rând, Margini: sus 2 cm, jos 2 cm, stânga 2,5 cm, dreapta 2,5 cm.

Studiul trebuie să fie realizat pe baza unei documentări într-o organizație.

Teme posibile pentru elaborarea proiectului:

1. Probleme în aplicarea metodelor manageriale la întreprindere. Analiza relațiilor sociale
2. Aplicarea metodelor moderne de management social la întreprinderile din Republica Moldova.
3. Analiza CSR la întreprinderile din Republica Moldova.
4. Evaluarea modalităților de luare a deciziilor la întreprindere. Aspecte sociale.
5. Sistemul managerial responsabil social ca componentă esențială a rezultativității întreprinderilor.
6. Managementul anticriză la întreprinderile autohtone. Soluții pentru o economie durabilă.
7. Climatul organizațional și cultura managerială. Relațiile sociale la întreprindere.
8. Schimbări în Metodele de management ca urmare a adaptării sistemului management la cerințele Uniunii Europene. Formarea responsabilității sociale la întreprinderi.
10. Probleme etice în managementul organizațiilor.
11. Productivitatea muncii- efecte și aspecte determinante.
12. Motivarea angajaților. Efecte și probleme etice.
13. Formarea comportamentului etic la întreprinderile autohtone.
14. Metode și modele de luare a deciziilor la întreprinderile responsabile social.
15. Tehnici moderne de management durabil la întreprinderile din Moldova.

Reguli generale aplicabile proiectelor:

Proiectul va conține titlu relevant, cuprins, concluzii și bibliografie. Pe pagina de titlu vor apărea numele și prenumele persoanelor care au elaborat proiectul.

Un exemplar al proiectului va fi trimis pe adresa de mail al cadrului didactic de la seminar cu două zile înainte de prezentare. E-mailul trebuie să aibă subiectul „proiect MS”. Forma listată al proiectului o prezentați în ziua prezentării.

Pe foaia de titlu se indică procentul de implicare a fiecărui student.

Reguli privind referințele:

În cazul identificării în unele proiecte a unor pasaje identice sau a unor structuri de conținut tipice altor proiecte, nota acordată la disciplina Management Social va fi 1 (unu).

Orice idee din text ce nu aparține membrilor grupului trebuie marcată prin notă bibliografică.

Criterii de evaluare:

Generale: realism, limbaj de specialitate, calitatea prezentării, antrenarea în discuții a grupei, concordanța dintre conținut, titlu și originalitate. Fiecare student din cadrul grupului va obține notă la proiect. Nota studenților va depinde de limbaj, structură, respectarea cerințelor, prezentarea proiectului. Pentru elaborarea proiectului notele vor fi la fiecare dintre membri aceleași, însă pentru prezentarea lui, pentru răspunsul la întrebările cadrului didactic, notele vor diferința.

Specifice: identificarea clară a situației și a cauzelor, formularea clară a obiectivelor, îndrăgirea corectă a elementelor din analiza SWOT, delimitarea și diferențierea soluțiilor, calitatea argumentării soluției optime, gradul de detaliere a scenariilor de implementare, existența mijloacelor de măsurare a rezultatelor și detalierea acestora, calitatea concluziilor.

Formula pentru calculul notei finale la proiect este următoarea: $N_{\text{elab}} * 90\% + N_{\text{prez}} * 10\%$ unde, N_{elab} - nota pentru elaborarea proiectului, N_{prez} - nota pentru prezentarea proiectului.

Principii de lucru în cadrul cursului

Metodele ce utilizate la acest curs sunt: studierea materialelor de specialitate; învățarea prin proiecte; studiul de caz; lucrul în echipă; simularea; exercițiul; observarea; navigarea pe internet pentru a descoperi aspecte specifice activității elaborare a unui proiect; joc de rol; muncă independentă.

Se are în vedere utilizarea învățării centrate pe student, profesorul având rolul de a sprijini studenții în procesul de învățare.

Se utilizează metode activ-participative, centrate pe student, care au rolul de a dezvolta gândirea, creativitatea, realizând în același timp o comunicare eficientă.

Metodele utilizate se caracterizează prin faptul că:

- sunt centrate pe student;
- sunt adaptate la nivelul grupei;
- dezvoltă gândirea, formează aptitudini, atitudini și deprinderi;
- au un pronunțat accent formativ;
- încurajează studenții să participe la activitatea de învățare, să fie creativi, să aibă inițiativă;
- determină un parteneriat eficient profesor-student;
- folosesc un limbaj simplu, accesibil.

Se vor promova situațiile din viața reală și se va urmări aplicarea cunoștințelor la probleme reale. Studenții vor fi îndrumați să aplice propriul mod de înțelegere a conținutului prin metode ca: observarea, problematizarea, exercițiul și prin realizarea de materiale ca proiectele. Desfășurarea orelor se va face astfel încât, toți studenții să dobândească competențele necesare.

Evaluare

Cursul *Management Social* prevede evaluarea curentă și finală a cunoștințelor studenților. Formele de evaluare sunt: prin chestionare orală, elaborarea unui proiect pe marginea cunoștințelor acumulate, lucrul în grup (studii de caz), test evaluare curentă.

Evaluarea reușitei curente a studenților se calculează după următoarea formulă:

$N_c = N_r * 70\% + N_p * 30\%$, unde N_r - nota la răspuns, activitate la seminar, studii de caz, test evaluare curentă; N_p - nota pentru elaborarea, prezentarea proiectului.

Evaluarea finală este sub formă de examen în formă scrisă. Nota finală obținută la disciplină se calculează conform formulei:

$N_f = N_c * 0,6 + N_e * 0,4$, unde, N_f - nota finală, N_c -nota reușitei curente, N_e -nota la examen.

Resurse informaționale ale unității de curs

Obligatorii

1. L E G EA cu privire la antreprenoriat și întreprinderi, nr. 845-XII din 03.01.92. In: Monitorul Oficial nr.2 din 28.02.1994.
2. Burduș, E.; Căprărescu, Gh. Fundamentele managementului organizației. București: Economică, 1999.
3. Burlacu, N.; Cojocaru, V. Management. Chișinău: Complexul editorial-poligrafic al ASEM, 2000.
4. Gavrilă, T.; Lefter, V. Managementul general al firmei. București: Economică, 2004.
5. Moga, T.; Rădulescu, C. Fundamentele managementului. București: ASE, 2004 .
6. Mescon, M.; Albert, M. și alții. Osnovy menedzmenta. Moskova: Delo, 1998.
7. Popescu, D. Management. București: Economică, 2006. 430 p.
8. Moldoveanu, Gh.; Pricop, M . Management. București: Economică, 1992..

9. Nicolescu, O.; Verboncu, I. Management. București: economică, 1997.
10. Russu ,C. Management. București: Expert, 1996.

Opționale

10. Certo, S. Managementul modern: diversitate, calitate, etica și mediul global. București: Teora, 2002.
11. Crăciun, D. Etica în afaceri. București: A.S.E., 2005.
12. Kotler, P.; Lee, N. Corporate Social Responsibility-Doing the Most Good for Your Company and Your Cause. First Edition: John Wiley & Sons, 2005.
13. Popa, M. Etica afacerilor și managementul. Cluj-Napoca: Editura Casa Cărții de Știință, 2006.
14. Țigu, G. Etica afacerilor în turism. București: Editura Uranus, 2003.
15. The World Bank. Responsible growth for the new millennium: integrating society, ecology and the economy. Washington D.C., 2004.