



ROMÂNIA
Ministerul Educației
Universitatea „ARTIFEX” din București
Acreditată prin Legea nr.133/2005

Str. Economu Cezărescu nr. 47, sector 6, București
Telefoane: 021.316.61.67; 021.316.61.68; 021.316.61.69
Fax: 021.316.61.68; 021.316.61.69
Website: www.artifex.org.ro
E-mail: universitate@artifex.org.ro

DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT – MARKETING

TEMATICA PENTRU OCUPAREA POSTULUI

Lector universitar, poziția 25

I. *Disciplina: Antreprenariat*

1. Recunoașterea oportunităților și generarea de idei.
2. Intreprinzatorul – pionul central al afacerii.
3. Planul de afaceri.
4. Construirea unui model de afacere eficient.
5. Modalități de finanțare a unei afaceri.
6. Strategii de creștere a unei firme și provocările determinate de aceasta.

Bibliografie

1. Grigore, A.M. (2012). „*Antreprenariat și management pentru afaceri mici și mijlocii*”, Editura C.H.Beck, București.
2. Farrell, L.C. (2011). „*Cum să devii antreprenor. Dezvoltă-ți propria afacere!*”, Editura Curtea Veche, București.
3. Nicolescu, O., Nicolescu, C. (2008). „*Intreprenoriatul și managementul întreprinderilor mici și mijlocii*”, Editura Economică, București.
4. Verboncu, I. (2018). „*Cum conducem*”, Editura Universitară, București.
5. Verboncu, I., Apostu, C. M., Gogîrnoiu, D.M., Zalman, M. (2013). „*Management. Eficiență. Eficacitate. Performanțe*”, Editura Universitară, București.

II. *Disciplinele: Concurență și prețuri, Prețuri și concurența*

1. Economia de piață: Conceptul de piață (conținut, forme și funcții); Conceptul de preț și rolul acestuia în actului decizional al consumatorilor și a producătorilor pe piață.

2. Teoria Consumatorului: conceptul de utilitate totală și marginală a consumatorului, comportamentul consumatorului pe piață în condiții de constrângere bugetară și preferințe sale.
3. Teoria producătorului: comportamentul consumatorului pe piață și politica de preț a acestuia în funcție de costuri și de productivitatea factorilor de producție; Pragul de rentabilitate.
4. Mecanismul de formare și modificare a prețurilor pe piață: factorii care conduc la formarea și modificarea prețurilor (caracteristicile pieței, piața produsul principal, clienții, competitivitatea, strategia de formare a prețului), teorii ale rigidității prețurilor.
5. Oferta de bunuri și servicii pe piață: efectele modificării prețului pe piață; factorii ofertei; elasticitatea ofertei la preț.
6. Echilibrul pieței și intervenția statului în economie: surplusul consumatorilor și al producătorilor; impactul intervenției statului în economie prin impunerea de taxe și prețuri minime sau maxime.
7. Politica de concurență: Obiectivele politicii în domeniul concurenței; practicile anticoncurențiale.

Bibliografie

1. Bușega, I. (2020). „*Prețuri și concurență*”, Editura Artifex, București, ISBN: 978-606-8716-55-8, suport de curs pus la dispoziția studenților în format electronic, în bibliotecă, și transmisă pe e-mail studenților).
2. Barbu, C.M. (2016). „*Concurență și Prețuri*”, Editura Semne, București, ISBN: 978-606-15-0907-2.
3. <http://www.consiliulconcurentei.ro/>
4. <https://ec.europa.eu/competition>

Director Departament Management – Marketing,
Conf.univ.dr. Aurelian Diaconu