

PROGRAMUL OPERAȚIONAL CAPITAL UMAN

Axa prioritară nr. 6 - Educație și competențe

Prioritatea de investiții –10.ii. Îmbunătățirea calității și eficienței și accesul la învățământul terțiar și a celui echivalent în vederea creșterii participării și a nivelului de educație, în special pentru grupurile defavorizate

Componenta 1: 379 Bursa Student Antreprenor - Măsură activă pentru creșterea participării studenților din categorii vulnerabile la programe de studii de licență - Regiuni mai puțin dezvoltate POCU/379/6/21/Operațiune compozită OS. 6.7, 6.9, 6.10

Titlu proiect: „Creșterea calității programelor de studii universitare prin formarea resursei umane și promovarea culturii antreprenoriale în rândul studenților – ProForm”
cod MySMIS 2014: 124981

Contract de finanțare nr. 37390/27.05.2019

**ELEMENTE FUNDAMENTALE DE
ANTREPRENORIAL**
– Curs dedicat studenților –



EDITURA ALMA MATER
Bacău, 2020

CUPRINS

	pagina
Cuvânt înainte	5
Aspecte didactico-pedagogice privind cursul	8
Capitolul I. ANTREPRENORIATUL – NOȚIUNI INTRODUCTIVE	13
I.1. Conceptul de antreprenoriat	13
I.1.1. Evoluția antreprenoriatului	13
I.1.2. Conținutul conceptului de antreprenoriat	16
I.2. Antreprenoriatul social	21
I.2.1. Conceptul de <i>antreprenoriat social</i>	21
I.2.2. Caracteristicile antreprenoriatului social	28
I.3. Caracteristicile antreprenorilor	35
I.3.1. Conceptul de <i>antreprenor</i>	35
I.3.2. Conceptul de <i>întreprinzător</i>	37
I.3.2.1. Tipologia întreprinzătorilor	42
I.3.3. Atributele unui antreprenor	49
Referințe bibliografice	52
Capitolul II. INIȚIEREA UNEI AFACERI ȘI TIPOLOGIA ORGANIZAȚIILOR	54
II.1. Modalități de inițiere a unei afaceri	54
II.2. Tipologia organizațiilor	67
II.2.1. Societăți cu personalitate juridică	75
II.2.2. Întreprinderile fără personalitate juridică	86
II.3. Procedura de înființare a unei organizații	90
II.3.1. Înființarea unei organizații cu personalitate juridică	90
II.3.2. Procedura de atestare a unei întreprinderi sociale	98
II.3.3. Înființarea unei întreprinderi economice fără personalitate juridică	100
II.4. În loc de concluzii - câteva avantaje și dezavantaje ale diferitelor organizații	106
Referințe bibliografice	108
Capitolul III. MARKETINGUL AFACERII	111
III.1. Piața	111
III.2. Mixul de marketing	121
III.2.1. Produsul	122

III.2.2. Prețul	131
III.2.3. Distribuția	132
III.2.4. Promovarea (comunicarea promoțională)	134
Referințe bibliografice	138
Capitolul IV. CONTABILITATEA, FISCALITATEA ȘI FINANȚAREA AFACERII	139
IV.1. Noțiuni de contabilitate	139
IV.1.1. Aspecte de bază privind organizarea și conducerea contabilității unei afaceri	139
IV.1.2. Noțiuni de contabilitate financiară. Înțelegerea situațiilor financiare de către antreprenori	142
IV.1.3. Noțiuni de contabilitate managerială (contabilitate de gestiune)	158
IV.1.4. Câteva aspecte privind contabilitatea în partidă simplă	170
IV.2. Noțiuni de fiscalitate	172
IV.3. Finanțarea afacerii	181
Referințe bibliografice	186
Capitolul V. PLANUL DE AFACERI	189
V.1. Prezentarea companiei	191
V.1.1. Descrierea generală a companiei	195
V.1.2. Misiunea, viziunea și cultura companiei	197
V.2. Descrierea afacerii	204
V.3. Planul managerial	208
V.3.1. Producția/prestarea serviciilor	209
V.3.2. Management și organizare	212
V.3.2.1. Conducerea	220
V.3.2.2. Personalul	222
V.3.2.3. Elementele de bază ale resurselor umane	223
V.4. Planul de marketing	227
V.4.1. Analiza diagnostic a situației organizației	229
V.4.2. Fixarea obiectivelor	244
V.4.3. Elaborarea strategiilor de marketing	248
V.4.4. Programul de marketing și controlul activităților	249
V.5. Planul financiar	254
Referințe bibliografice	278
BIBLIOGRAFIE	280