

Modulul 2

Introducere generală în Economie și Administrația Afacerilor

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Rezultatele învățării

1. *Înțelegerea importanței managementului pentru societate și indivizi*
2. *Înțelegerea rolului managementului*
3. *Capacitatea de a enumera și de a defini funcțiile de bază ale managementului*
4. *Înțelegerea abilităților manageriale de bază și a importanței lor relative pentru manageri*
5. *Cunoașterea abilităților care ajută managerii să aibă succes*
6. *Înțelegerea relației dintre conducere și manageriat*
7. *O viziune asupra diferitelor trăsături și stiluri de conducere*
8. *Perspective privind utilizarea relației între părțile interesate în cadrul afacerii*
9. *O viziune asupra temelor și a problemelor emergente de astăzi*



Etapa 1
Introducere



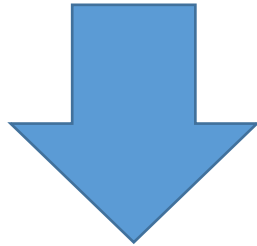
Rolul managementului

- Definirea managementului

- a) Procesul activităților continue și conexe
- b) Implică și se concentrează asupra atingerii obiectivelor organizaționale
- c) Lucrează cu și prin intermediul oamenilor și al altor resurse organizaționale

- Procesul de management: funcțiile managementului

- Planificarea
- Organizarea
- Influențarea
- Controlul



1. Strângeți informații care măsoară performanțele recente
2. Comparați performanța actuală cu standarde prestabilite
3. Aduceți modificări pentru a respecta standardele prestabilite



Obiectivele managementului

- Procesul de management și realizarea obiectivelor
 - Predispoziția către acțiune
 - Apropierea de client
 - Autonomie și antreprenoriat
 - Productivitate prin oameni
 - Orientare bazată pe valori și pe practică
 - “Limitează-te la ceea ce știi mai bine”
 - Formă organizațională simplă, cu personal strict necesar
 - Coexistența autorității centrale cu autonomia individuală

Definiția managementului

- Managerul
 - O persoană care planifică, organizează, conduce și controlează munca altora pentru ca organizația să își atingă obiectivele.
 - Are responsabilitatea de a contribui.
 - Rezolvă problemele prin eforturile altor oameni.
 - Cunoaște procesul de management.
- Procesul de management
 - Se referă la cele patru funcții de bază ale managerului: planificarea, organizarea, conducerea și controlul.



Etapa 2
Transferul de
cunoștințe



Abilitățile manageriale: cheia succesului în management

- Definierea abilităților manageriale
- Viziunea clasică
 - Abilități tehnice
 - Abilități umane
 - Abilități conceptuale
- Viziunea contemporană
 1. Definiți activitățile majore pe care managerii le efectuează de obicei
 2. Enumerați abilitățile necesare pentru a realiza cu succes aceste activități

Activități majore pe care managerii moderni le efectuează de obicei:

legate de sarcini

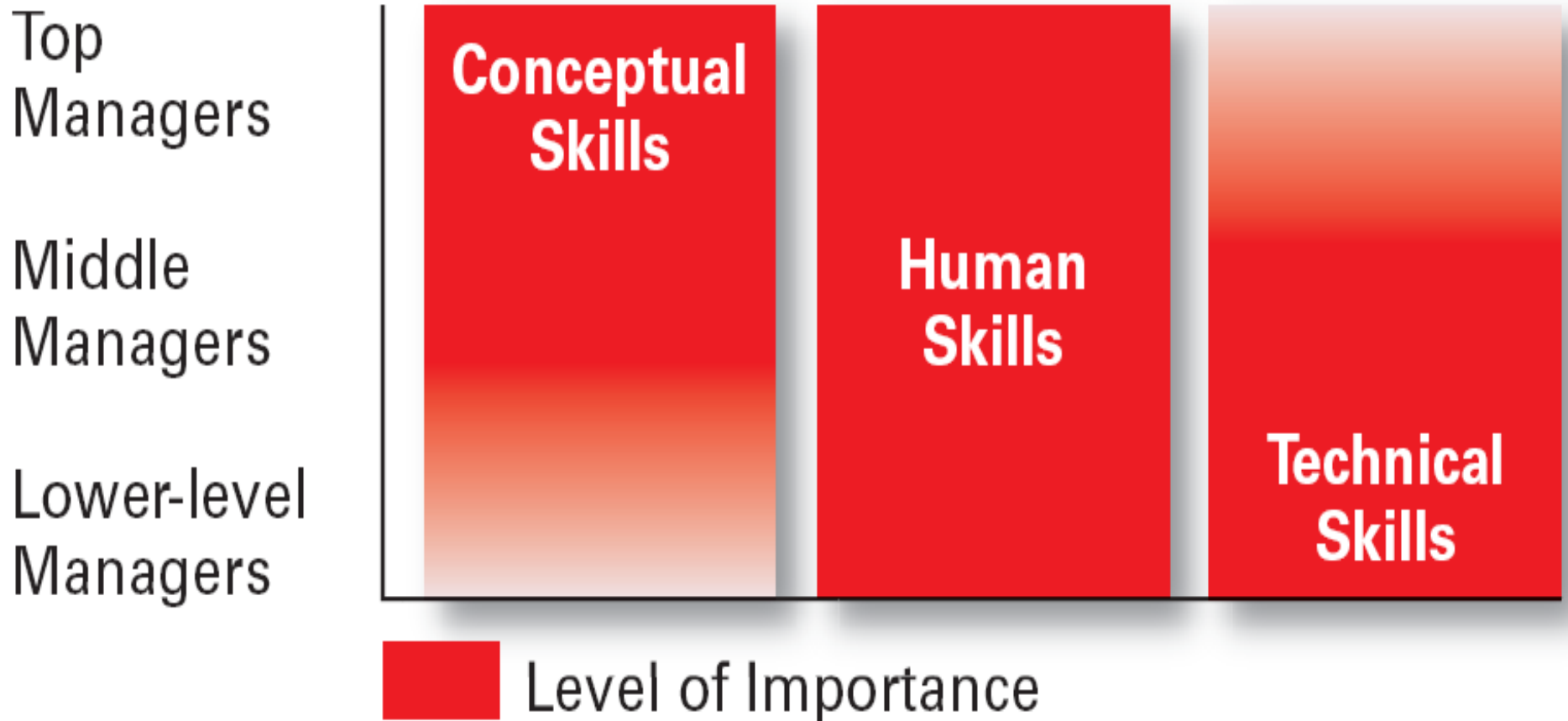
1. Activități

legate de oameni

2. Activități

3. Activități

Abilități necesare la diferite niveluri de management





Abilități conceptuale

- Utilizarea informațiilor pentru rezolvarea problemelor de afaceri
- Identificarea oportunităților de inovare
- Recunoașterea domeniilor problematice și implementarea soluțiilor
- Selectarea informațiilor critice din masele de date
- Înțelegerea utilizărilor tehnologiei în afaceri
- Înțelegerea modelului de afaceri al organizației

Abilități de comunicare

- Abilitatea de a transforma ideile în cuvinte și acțiuni
- Credibilitatea în rândul colegilor, omologilor și subordonaților
- Ascultarea și punerea întrebărilor
- Abilități de prezentare; vorbit
- Abilități de prezentare; în format scris și / sau grafic

Abilități de eficientizare

- Contribuie la realizarea obiectivelor afacerii/ departamentului
- Orientarea către client
- Multitasking: lucrează la mai multe sarcini în paralel
- Abilități de negociere
- Management de proiect
- Revizuirea operațiunilor și implementarea îmbunătățirilor
- Stabilirea și menținerea standardelor de performanță interne și externe
- Stabilirea priorităților pentru atenție și activitate

Abilități interpersonale

- Abilități de instruire și îndrumare
- Abilități de diversitate: lucrul cu oameni și culturi diverse
- Crearea de rețele în cadrul organizației
- Crearea de rețele în afara organizației
- Lucrul în echipe; cooperare și angajament.



Aveți atributele unui manager?

- Personalitate și interese
 - Orientarea socială
 - Sunteți atras de lucrul cu ceilalți într-o manieră utilă sau ajutătoare; vă simțiți confortabil în jurul oamenilor.
 - Predispoziția de a fi întreprinzător
 - Vă place să lucrați și să supervizați oamenii, știți să fiți convingător pentru a vă atinge scopurile.



Aveți atributele unui manager?

- Competențe
 - Competență managerială
 - Motivația și abilitățile necesare pentru a obține o poziție de conducere, inclusiv abilități intelectuale (analitice), emoționale și interpersonale.
 - Ancora carierei
 - O preocupare sau o valoare dominantă care orientează alegerile de carieră ale unei persoane și la care persoana nu va renunța dacă trebuie făcută o alegere.



Definirea leadership-ului

- Leader versus Manager

Management

Domeniu de aplicare mai extins

Se concentrează asupra problemelor non-comportamentale

Leadership

Se axează pe problemele de comportament



Leadership și management

Managementul

- Joacă un rol pozitiv în atingerea obiectivelor
- Disciplina tehnică de aplicare și administrare a autorității asupra altora
- Autoritatea este determinată de structura formală a organizației

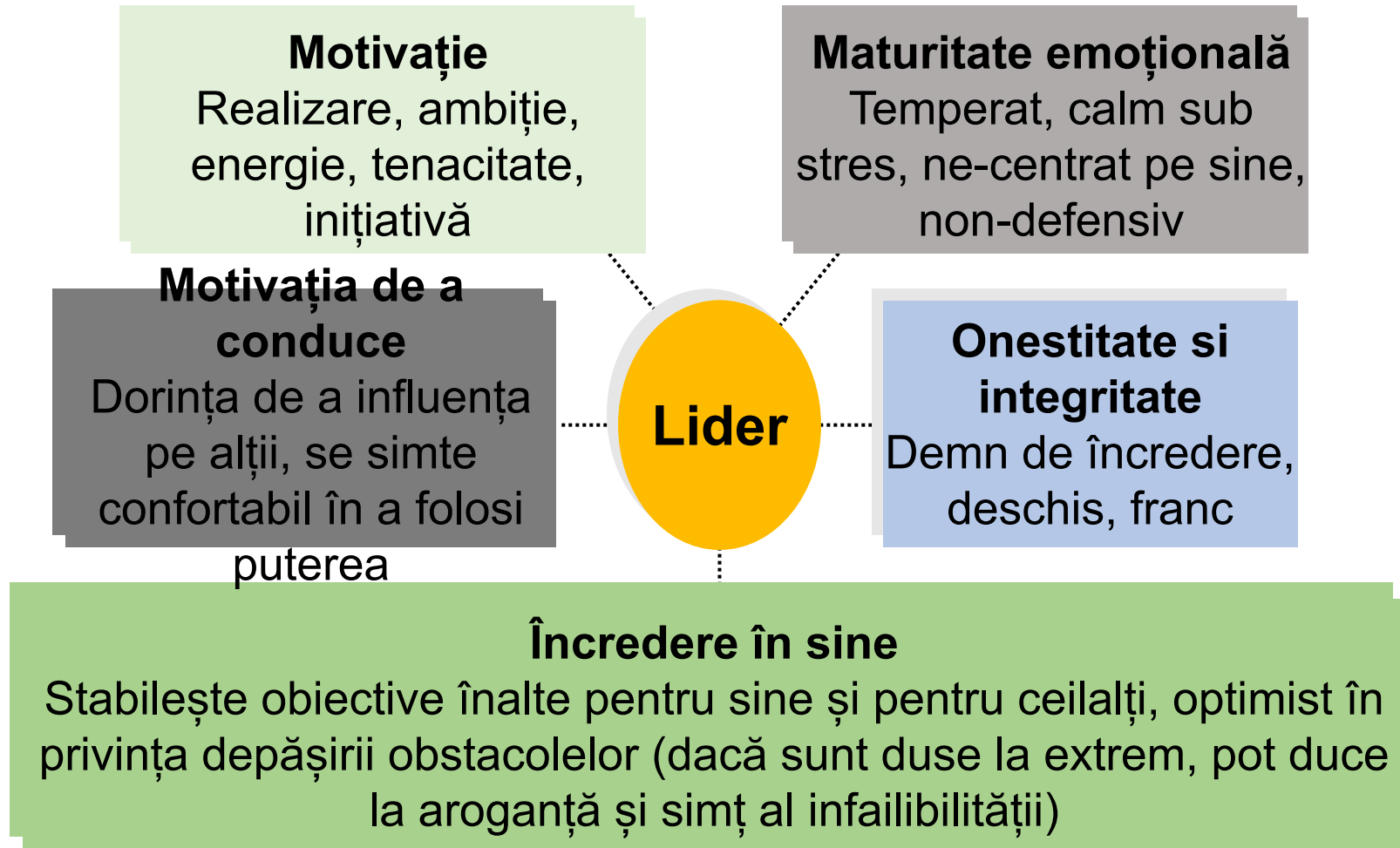
Managerul este elementul dinamic, dătător de viață în fiecare afacere. Fără leadership-ul său, resursele de producție rămân resurse și nu devin niciodată producție. Într-o economie competitivă mai presus de toate, calitatea și performanța managerilor determină succesul afacerii, într-adevăr determină

Leadership și management

Leadership

- Calitatea de a obține rezultate din partea altora prin influența personală; necesită abilitățile și atitudinea individuală potrivită
- Influențarea celorlalți prin personalitate sau acțiune
- Abordarea din punct de vedere al trăsăturilor
 - ‘Liderii se nasc și nu se fac’
- Abilități și atribute
 - Se poate învăța, cu condiția ca individul să vrea să învețe
- Inteligență
 - Nu poate fi învățată, dar rareori este văzută ca o piedică în calea succesului
 - Alte cercetări
 - Există mai multe rețete pentru succes

Trăsăturile liderilor





Comportamente specifice liderului :

- Stiluri de leadership
 - Supraveghere atentă (autoritară)
 - Un stil de leadership care implică o monitorizare apropiată și directă a subordonaților și a muncii lor.
 - Liderul laissez-faire (delegativ)
 - Un lider cu o abordare permisivă în ceea ce privește supravegherea subordonaților.
 - Lider general
 - Un lider care are o abordare de mijloc între supravegherea atentă și stilul laissez-faire de a conduce.



Participativ și autocratic

- **Liderul autocratic**
 - Un lider care rezolvă problemele și ia deciziile singur, folosind informațiile disponibile în acel moment.
- **Liderul participativ**
 - Un lider care împărtășește problema cu subordonații ca grup, astfel încât, împreună, aceștia pot genera și evalua alternative pentru a ajunge la un consens asupra unei soluții.



Leadership tranzacțional versus leadership transformațional

- Comportamente de leadership tranzacțional
 - Acțiuni de leadership care se concentrează pe îndeplinirea sarcinilor la îndemână și pe menținerea unor bune relații de muncă prin avansarea unor promisiuni de recompensă pentru performanță.
- Comportamente de leadership transformațional
 - Acțiuni de leadership care implică influențarea unor schimbări majore în atitudinile și ipotezele membrilor organizației și construirea angajamentului față de misiunea, obiectivele și strategiile organizației.



Cele patru principii de management ale lui Taylor

- 1. Dezvoltați o știință pentru fiecare element al unei lucrări a unui individ, care va înlocui vechea regulă a degetului mare.**
- 2. Selectați științific, apoi instruiți, predați și dezvoltați angajatul.**
- 3. Lucrați împreună cu angajații, pentru a vă asigura că munca se desfășoară în conformitate cu principiile științei dezvoltate.**
- 4. Împărțiți munca și responsabilitatea aproape în mod egal între management și angajați. Managementul preia toată munca pentru care este mai bine instruit decât angajații.**



Cele 14 principii de management ale lui Fayol

- 1. Diviziunea muncii.**
- 2. Autoritatea.**
- 3. Disciplina.**
- 4. Unitatea de comandă.**
- 5. Unitatea de direcție.**
- 6. Subordonarea intereselor individuale în fața interesului**
- 7. Remunerația.**
- 8. Centralizarea.**
- 9. Lanțul ierarhic.**
- 10. Ordinea.**
- 11. Echitatea.**
- 12. Stabilitatea personalului.**
- 13. Inițiativa.**
- 14. Spiritul de castă.**



Relațiile cu părțile interesate

- Părțile interesate
 - Orice constituent din mediul organizației care este afectat de deciziile și acțiunile organizației
- De ce să gestionați relațiile cu părțile interesate?
 - Poate duce la o performanță organizațională îmbunătățită.
 - Este lucrul "potrivit", având în vedere



Gestionarea relațiilor cu părțile interesate

1. Identificați părțile interesate externe ale organizației.
2. Determinați interesele și preocupările particulare ale părților interesate externe.
3. Decideți cât de importantă este fiecare parte interesată externă pentru organizație.
4. Determinați cum să gestionați fiecare relație externă cu părțile interesate.

Părți interesate organizaționale





Tendențe și probleme actuale la care trebuie să fiți atenți

- Globalizarea
- Naționalizarea
- Etica
- Diversitatea forței de muncă
- Spiritul antreprenorial
- Expansiunea afacerilor online
- Economia bazată pe cunoaștere
- Clientul expert
- Mecanisme de învățare
- Focus pe calitate
- Adaptare / Personalizare
- Management rapid (factori de răspuns și timp)



Marketing

- Identifică clienții și nevoile și dorințele acestora.
- Dezvoltă și utilizează strategii pentru a oferi clienților produsul sau serviciul dvs..
- Generează interes prin comunicarea avantajului dvs. competitiv clienților.
- Influențează toate deciziile de afaceri.



Cercetarea pieței

- Poate fi efectuată la diferite niveluri:
 - Industrie
 - Segment al pieței
 - Consumator individual
- Două tipuri principale:
 - **Primară** - cercetarea efectuată direct pe un subiect sau subiecte.
 - **Secundară** - cercetarea efectuată indirect, prin intermediul altor resurse existente.



Cunoaște-ți industria (domeniul de activitate)

- Care este dimensiunea industriei în unități și valoarea financiară?
- Care este aria geografică a industriei?
- Este o industrie "de nișă" sau de producție în masă?
- Cum arată profitabilitatea industriei?
- Ce tendințe sunt în industrie?
- Care este structura industriei?
- Ce fac concurenții tăi în această industrie?



Clientul - procesul de luare a deciziei

- Conștientizarea unei nevoi sau a unei dorințe.
- Căutarea de informații.
- Evaluarea alternativelor.
- Decizia de a cumpăra.
- Evaluarea achiziției.



Crearea percepției clienților

- Caracteristicile creează beneficii.
 - **Caracteristică** - un adevăr despre un produs sau serviciu.
 - **Beneficiu** - ce poate face această caracteristică pentru a satisface nevoile unui client.
- Diferența între nevoi, dorințe și cerințe.
 - Satisfacerea unei nevoi este rezolvarea unei probleme.
 - Dorințe - nevoi cu preferințe individuale.
 - Cerințele – dorințele sprijinite de puterea de cumpărare.



Alegerea unui segment de piață

- Un **segment de piață** este un grup de consumatori sau întreprinderi care au un răspuns similar la un anumit tip de produs sau serviciu.
- Este dificil să vizați simultan mai multe segmente de piață foarte diferite.
- Unei companii care **se concentrează pe un segment de piață** îi va merge probabil mai bine decât unei companii care încearcă să vândă tuturor.



Metode de segmentare a pieței

- **Geografică** - în funcție de locație.
- **Demografică** - împărțirea în funcție de vârstă, sex, venit și / sau educație.
- **Psihografică** - împărțirea în funcție de diferențele psihologice (cum ar fi opiniile sau stilul de viață).
- **Comportamentală** - împărțirea pieței pe baza comportamentelor de achiziție observate.



Analiza oportunităților

- **Analiza industriei** – definiția, dimensiunea și creșterea / declinul industriei.
- **Analiza mediului** - modul în care comunitatea, regiunea, națiunea, lumea se referă la afacere.
- **Fezabilitate** – dovada oportunității în cifre (profit) și unități.
- **Segmente de piață țintă** - grupuri definite de factori comuni, cum ar fi demografia, psihografia, vârsta și geografia.
- **Analiza concurenței** - compararea afacerii cu concurenții direcți și indirecti.



Strategia și planul de marketing

- **Mixul de marketing** (cei “patru P”).
 - Produse/Servicii
 - Preț
 - Promovare
 - Plasament (distribuție)
- **Planul de marketing** - stabilirea obiectivelor de marketing și a strategiilor de realizare a acestora.



Avantajul competitiv

- Aveți nevoie de o strategie pentru a învinge concurența.
 - Sustenabil
 - Concurența poate fi directă sau indirectă.
- Ideea mea va avea succes?
 - Faceți o cercetare de piață și a clienților și o analiză competitivă.



Factorii critici de succes

- **Calitate:** puteți oferi o calitate superioară celei a companiilor concurente?
- **Preț.** Puteți oferi un preț mai scăzut decât concurența, pe o baza reală?
- **Locație:** puteți găsi o locație mai convenabilă pentru clienți?
- **Selecție:** Puteți oferi o gamă mai largă de opțiuni?
- **Serviciu:** Puteți oferi servicii de asistență pentru clienți mai bune, mai personalizate?

Viața este o competiție și trebuie să fii mai bun decât ceilalți.



Avantajul dvs. competitiv este suficient de puternic?

- Vindeți pe o piață:
 - Care este mare și în creștere.
 - În care concurența este capabilă să obțină un profit.
 - În care concurența are succes, dar nu este atât de puternică încât să facă imposibilă intrarea unui nou antreprenor.
- Vindeți un produs sau un serviciu:
 - Care rezolvă problemele pe care consumatorii le pot avea la concurență.
 - La un preț competitiv care va atrage clienții.
- Asigurați-vă că:
 - Înțelegeți nevoile clienților dvs.
 - Aveți un avantaj competitiv durabil sau mai multe avantaje în



Verificați-vă concurența

Unique Selling Proposition (USP) (propunere unică de vânzare):

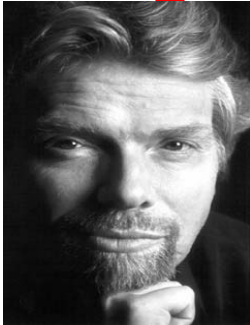
Ce caracteristici / beneficii fac afacerea dvs. mai bună decât concurența?

- Comparați ce oferă compania dvs. cu ceea ce oferă concurenții.
- Determinați dacă aveți un cost avantajos sau dezavantajos.

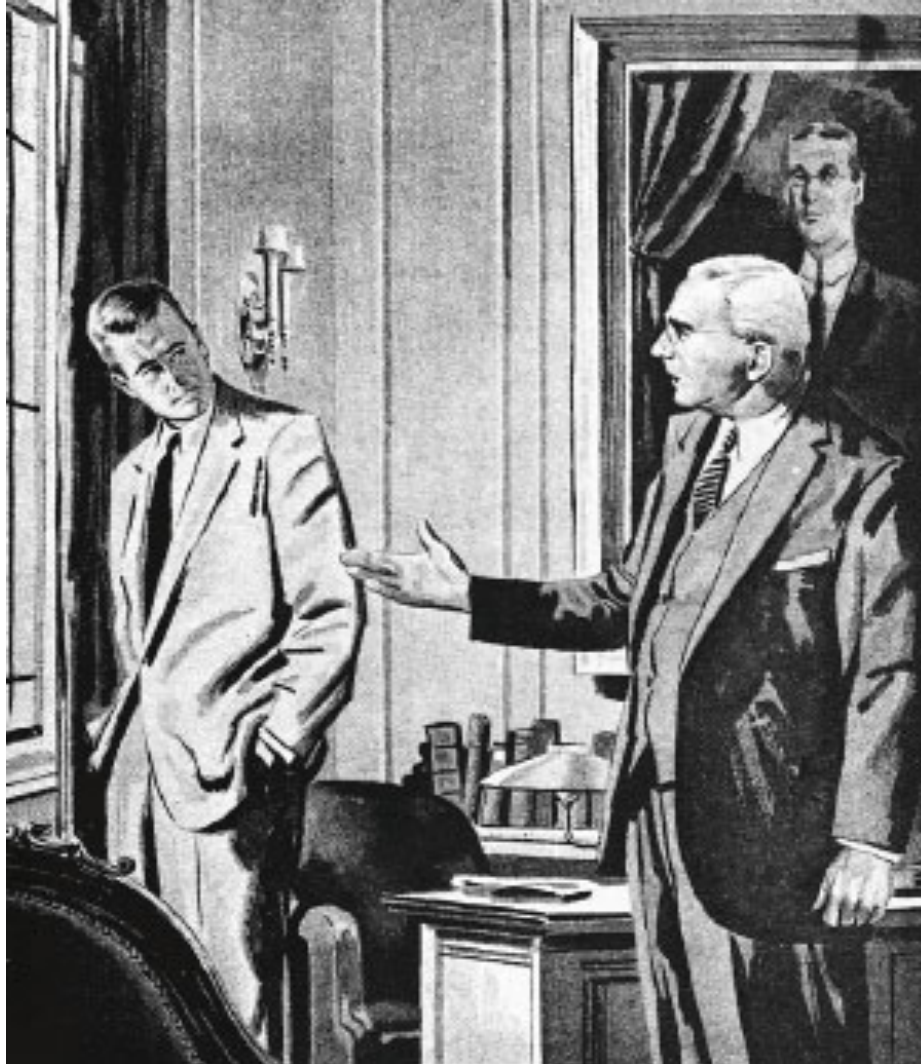


Etapa 3
Testarea
cunoștințelor

Exercițiul 1: Cine este?



Exercițiul 2: Ce se întâmplă aici?



Sursa: David A. Kolb, Irwin M. Rubin, and James M. McIntyre,
Organizational Psychology: An Experiential Approach (Upper Saddle River,
NJ: Prentice Hall, 1971), p. 55.



Exercițiul 3: Aveți simțul afacerilor?

- Ești auto-antreprenor?
- Cât de bine vă înțelegeți cu diferite tipuri de personalități?
- Cât de bun ești la luarea deciziilor?
- Aveți rezistența fizică și emoțională necesară pentru a conduce o afacere?
- Cât de bine planificați și organizați?
- Este ambiția dvs. suficient de puternică pentru a vă menține motivația?
- Cum va afecta afacerea familia / viața dvs.?



Exercițiul 4: Procesul antreprenorial

**Creați și prezentați propriul dvs.
proces antreprenorial.**



Alte resurse

- **Challenges Women Entrepreneurs Face (Provocările cu care se confruntă femeile antreprenor)**
 - <https://www.businessnewsdaily.com/5268-women-entrepreneur-challenges.html>
- **Women's Entrepreneurship (Antreprenoriatul feminin)**
 - https://www.dol.gov/wb/media/Tconf_GrWomen_factsheet.pdf



**Vă mulțumim pentru timpul
acordat finalizării acestui modul.**

**Pentru informații
suplimentare**

*Vizitați site-ul nostru:
Green-entrepreneurship.online*