

Prof.univ.dr. Ovidiu NICOLESCU

**MINIDICȚIONAR DE MANAGEMENT
(5)**

**MANAGEMENTUL
BAZAT PE CUNOȘTINȚE**



CUVÂNT ÎNAINTE

Minidicționarul de management (5) „**Managementul bazat pe cunoștințe**” este conceput ca un instrument de informare, de facilitare a înțelegerii și de asistare a persoanelor interesate de problematica acestui domeniu managerial.

Minidicționarul conține:

- a) termenii utilizați cel mai frecvent în această zonă a managementului;
- b) un fond minim de termeni de management esențiali, care se referă la conceptele și instrumentarul de bază manageriale comune tuturor domeniilor manageriale. Aceștia au în vedere conceptele de știință și practică managerială, funcțiile managementului, sistemul și subsistemele manageriale, managerii și leaderii, anumite metode manageriale ș.a.

Prezentul minidicționar are la bază **Dicționarul de management*** general, care cuprinde peste 4.000 de termeni manageriali, realizat sub egida științifică a **Societății Academice de Management din România (SAMRO)** și cu suportul **Consiliului Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii din România (CNIPMMR)** și al proiectului **POS-DRU ANTREMAN**, unde sunt implicate Anglia Ruskin University din Cambridge, Anglia și ASE București.

Dicționarul are o **structură modernă**, acordând o atenție deosebită nu numai definirii riguroase a termenilor, ci și facilitării identificării și utilizării acestora de către managerii, specialiștii în management, studenții care studiază sau sunt interesați în management și tuturor celor care doresc să înțeleagă aprofundat această zonă a managementului și să îl practice cu un plus de rigurozitate și eficacitate. **Principalele componente ale microdicționarului sunt:**

- lista coordonatorilor și autorilor,
- cuvântul înainte,
- cuprinsul în limba română,
- cuprinsul în limba engleză,
- minighidul de utilizare a dicționarului,
- termenii ordonați alfabetic,
- indexul termenilor în limba română,
- indexul termenilor în limba engleză,
- bibliografie.

Fără îndoială că dicționarul – în ciuda eforturilor intense depuse – nu este perfect. De aceea, rugăm pe cei care îl consultă să ne comunice observațiile și sugestiile pe care le au. Acestea ne vor fi deosebit de utile în realizarea următoarelor ediții a dicționarului.

Nu putem încheia acest succint cuvânt introductiv fără a mulțumi specialiștilor care, în calitate de autori și/sau coordonatori, au contribuit la realizarea dicționarului.

În final, evidențiem că publicarea dicționarului în această primă ediție a fost posibilă datorită **resurselor puse la dispoziție de POS-DRU, în cadrul proiectului ANTREMAN.**

Prof.univ.dr. Ovidiu Nicolescu

* Nicolescu O., Verboncu I., Ionescu Ghe., Russu C., Mihuț I., Iliș L., *Dicționar de management*, Editura Pro Universitaria, București, 2011.

MINIGHID DE UTILIZARE A DICȚIONARULUI

În vederea facilitării înțelegerii modului de prezentare și de tratare a termenilor de management din dicționar considerăm utilă cunoașterea **următoarelor elemente referitoare la redactarea și prezentarea termenilor în dicționar**:

- formularea fiecărui termen managerial este înscrisă cu litere de tipar la începutul tratării sale; în cazul termenilor manageriali complecși sunt scrise cu litere de tipar toate cuvintele care îl alcătuiesc; de exemplu, **SISTEM DE MANAGEMENT PRIN OBIECTIVE**;
- prescurtarea fiecărui termen este trecută cu litere de tipar aldine, în paranteza care urmează denumirii - de exemplu, pentru **SISTEM DE MANAGEMENT PRIN OBIECTIVE**, (**S.M.O.**); această prescurtare se utilizează în continuare pe parcursul tratării termenului;
- traducerea în limba engleză a termenului urmează după prescurtarea termenului, fiind realizată cu litere aldine și încadrată între linii; de exemplu, - **management by objectives** -;
- trimiterele la alți termeni de specialitate se fac cu litere cursive, urmate de semnul (v.); de exemplu, *management prin proiecte* (v.);
- scrierea normală a celorlalte cuvinte cu care se realizează definirea termenului;
- în cazul unor termeni manageriali care prezintă foarte multe categorii intens utilizate de către specialiști (de exemplu, la termenul decizie – decizie strategică, decizie tactică, decizie curentă etc.), acestea numai se menționează, tratarea fiecăreia efectuându-se ca un termen separat, la care se face trimitere în text; de exemplu, *decizie strategică* (v.).

ATENȚIE: În definirea termenilor din acest minidicționar au rămas trimiterele la alți termeni manageriali folosite în dicționarul general de management* - chiar dacă aceștia nu sunt incluși în prezentul dicționar. Cititorii care simt nevoia să studieze respectivii termeni manageriali trebuie să apeleze la **Dicționarul de management**. Procedând astfel, se facilitează pentru cei interesați aprofundarea percepției și utilizării cunoștințelor care alcătuiesc știința managementului.

În continuare, formulăm câteva precizări privind modul cum poate fi utilizat în mod eficient dicționarul, pentru cele mai **frecvente trei tipuri de consultare** a sa.

- a) Pentru persoanele interesate în definirea unuia sau a câtorva termeni manageriali căutarea directă în dicționar, la litera respectivă a termenului respectiv. În cazul în care se dorește aprofundarea definirii termenului respectiv, consultarea în continuare a definirii termenilor la care se fac trimiteri în textul respectiv,
- b) Pentru persoanele interesate să cunoască pentru un termen de management din limba română, termenul corespondent în limba engleză, identificarea lui în text la definirea termenului în limba română,

* Nicolescu O., Verboncu I., Ionescu Ghe., Russu C., Mihuț I., Ilieș L., Dicționar de management, Editura Pro Universitaria, București, 2011.

- c) Pentru persoanele care studiază texte de management în limba engleză și vor să cunoască termenii echivalenți în limba română, consultarea indexului de termeni în limba engleză la litera aferentă termenului în limba engleză.

Desigur, indicațiile de mai sus sunt **opționale**, fiecare persoană apelând la acel mod de utilizare a dicționarului care se potrivește cel mai bine personalității și cunoștințelor sale.

A

ACHIZIȚIONARE DE CUNOȘTINȚE (A.C.) – knowledge acquisition – *cumpărare de cunoștințe* (v.).

ACTION LEARNING (A.L.) – action learning – programe de *învățare* (v.) ce combină suportul instruirii (învățării) cu învățarea la *locul de muncă* (v.). Astfel de programe încurajează pe cei ce se instruesc să identifice domeniile *schimbării organizaționale* (v.) și să-și dezvolte propriile intervenții, reacții pentru a îmbunătăți problema identificată. În cadrul acestui proces *organizațiile* (v.), de asemenea, testează variante de politici pentru a accentua, a spori, importanța învățării, propuneri de a învăța din partea *salariaților* (v.).

AGENT AL ÎNVĂȚĂRII ORGANIZAȚIONALE (A.Î.O.) – organisational learning agent – nou tip de *specialist bazat pe cunoștințe* (v.) specializat în *învățarea organizațională* (v.) și individuală, care conlucrează strâns cu *salariații firmei bazate pe cunoștințe* (v.) în conceperea, derularea și evaluarea proceselor de *training* (v.) și autoperfecționare. Principalele atribute ale **A.Î.O.** sunt: proactiv, dar reflexiv; aspirații ridicate, dar realist în privința limitelor; critic, dar dedicat învățării; independent, dar foarte cooperant cu ceilalți. Proliferarea **A.Î.O.** determină concomitent o intensificare a proceselor de învățare și o creștere a *performanțelor* (v.) firmei.

AGENT INTELIGENT (A.I.) – intelligent agent – nou tip de logicieni, specializat în a cerceta, extrage și trata *informații* (v.) și *cunoștințe* (v.) în mod automat pentru utilizatori în cadrul unei rețele informatice sau a unei *baze de date* (v.). Spre deosebire de modalitățile clasice de interfață cu calculatorul, **A.I.** este autonom și mult mai activ. Principalele sale caracteristici sunt: posedă o anumită cunoaștere a *obiectivelor* (v.) și dorințelor generale ale utilizatorului; este

capabil să aibă inițiativă atunci când i se încredințează sarcini de executat de o amploare considerabilă; își modifică propriul *comportament* (v.) în funcție de cunoștințele acumulate; este capabil de a realiza inferențe; manifestă mobilitate, în sensul că poate „naviga” pe web fără să primească instrucțiuni de la utilizator. Se anticipează că nu peste foarte mult timp **A.I.** vor fi capabili de interacțiuni între ei, de o manieră coerentă, și vor contribui la negocierea de operații în cadrul mandatului acordat de *managerul* (v.) firmei respective. Există trei tipuri de **A.I.**: a) **A.I.** comerciali, ce obțin pe web informații privind anumite produse, care compară prețurile diferitelor servicii și produse și fac recomandări de cumpărări sau vânzări de servicii și produse ținând cont de preferințele utilizatorului. Recomandările de produse au la bază algoritmi de corelare a constrângerilor cu satisfacțiile, care asigură concordanța dintre necesitățile utilizatorului și caracteristicile produselor sau serviciilor; b) **A.I.** în efectuarea de cercetări științifice informaționale, care realizează investigații pe baza asocierii și filtrării informațiilor generate de cercetări științifice anterioare și sunt capabili să creeze publicații personalizate, care să corespundă preferințelor și gusturilor utilizatorului; c) **A.I.** financiari, care au capacitatea să urmărească evoluția valorilor mobiliare, să difuzeze avertismente privind evoluția prețurilor, să formuleze recomandări prietoare la cumpărarea și vânzarea anumitor produse financiare și – noile generații de **A.I.** – să negocieze anumite tranzacții pentru manageri în cadrul mandatului acordat. Pentru *întreprinzătorii* (v.) potențiali sau operaționali, **A.I.** reprezintă sau vor reprezenta o importantă oportunitate economică. Concomitent, **A.I.** se pot utiliza cu bune rezultate pentru dezvoltarea firmelor existente, în special a *întreprinderilor bazate pe cunoștințe* (v.), amplificându-le performanțele funcționale și financiare. **A.I.** se pot dovedi