

Prof.univ.dr. Ovidiu NICOLESCU
Prof.univ.dr. Mihai PRICOP

MINIDICTIONAR DE MANAGEMENT
(6)

MANAGEMENTUL
COMERCIAL



CUVÂNT ÎNAINTE

Minidicționarul de management (6) „**Managementul comercial**” 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., Mihut I., Ilieș 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., Mihut 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

ABATERE DE LA INTERVALUL DE APROVIZIONARE (A.I.A.) – procurement period deviation

– rezultat al diferenței dintre mărimea efectivă a intervalului de aprovizionat măsurat în zile și *intervalul de aprovizionare* (v.) sau intervalul planificat de aprovizionare – ce influențează ritmicitatea alimentării cu materiale a secțiilor, atelierelor și locurilor de muncă ale unei organizații și în mod indirect ritmicitatea livrărilor de produse sau executării de servicii pentru clienți; **A.I.A.** poate fi pozitivă sau negativă. **A.I.A.** pozitivă reprezintă o întârziere în primirea materialelor sau resurselor energetice de la *furnizor* (v.) determinând epuizarea *stocurilor* (v.) și întreruperea procesului de *aprovizionare* (v.) cu resurse a *procesului de producție* (v.). **A.I.A.** negativă se înregistrează atunci când materialele și resursele energetice sosesc la un interval de aprovizionare mai mic decât intervalul mediu sau planificat de aprovizionare, determinând acumularea de resurse în stocuri cu mișcare lentă sau fără mișcare, influențând negativ *viteza de rotație* (v.) a capitalului circulant al firmei și în mod indirect activitatea financiară a acesteia. Termenul echivalent este *deviere de la intervalul de aprovizionare* (v.).

ABSENȚA CERERII (A.C.) – lack of demand

– situație în care față de un anumit *produs* (v.), material sau *serviciu* (v.) nu se manifestă dorința de *cumpărare* (v.) din partea *clienților* (v.) sau *consumatorilor* (v.) în general. **A.C.** poate fi determinată de: creșterea exagerată a *prețului* (v.) și orientarea clienților către alte produse sau servicii; insuficiența cunoașterii unui *produs nou* (v.) lansat pe *piață* (v.); apariția unor produse noi cu calitate superioare care sunt recunoscute de către consumatori. Pentru evitarea **A.C.** este necesar ca producătorul sau vânzătorul să desfășoare acțiuni promoționale înainte de lansarea pe piață a produselor pentru a le face cunoscute și pentru a stimula cererea din partea agenților economici. Termen echivalent este *lipsa cererii* (v.).

ACHIZITOR (A.) – acquirer – persoană fizică sau juridică care efectuează o *achiziție* (v.).

ACHIZIȚIE (A.) – acquisition – acțiune de *cumpărare* (v.) de către stat a unor *produse* (v.) sau *servicii* (v.) în condiții avantajoase pe baza unor *contracte* (v.) sau convenții speciale. Termenul echivalent este *procurare* (v.).

ACHIZIȚIE ELECTRONICĂ (A.E.) – electronic acquisition – acțiune de *cumpărare* (v.) de către o persoană sau *organizație* (v.) prin utilizarea *Internetului* (v.).

ACHIZIȚIE ON-LINE (A.O-L.) – on-line acquisition – *achiziție electronică* (v.).

ACONT PLĂTIT (A.P.) – account paid – *plată* (v.) realizată către *furnizori* (v.) pe baza documentelor care justifică îndeplinirea parțială a prevederilor unui *contract* (v.) de livrare de produse sau prestare de servicii.

ACONT PRIMIT (A.P.) – account received – *plată* (v.) parțială realizată de către *clienți* (v.) înainte de *livrarea* (v.) unor *mărfuri* (v.) sau prestarea unor *servicii* (v.) de către *agenții economici* (v.) furnizori sau prestatori.

ACORD (A.) – agreement – (1) înțelegere între două sau mai multe părți în vederea încheierii, modificării sau desființării unui act juridic sau a unei *decizii* (v.) sau *acțiuni* (v.); (2) în *managementul resurselor umane* (v.). **A.** reprezintă o formă de organizare a muncii și salarizare a angajaților unei companii în funcție de volumul producției realizate. Ca formă de *salarizare* (v.), **A.** poate fi direct, progresiv și indirect. Salarizarea în **A.** direct presupune creșterea veniturilor salariale ale unui angajat în mod direct proporțional cu cantitatea de produse realizate sau volumul lucrărilor prestate. **A.** progresiv presupune ca la un anumit nivel de realizare a sarcinilor, dinainte stabilite, tariful pe unitatea de produs