

CUPRINS

Cuvânt înainte.....	V
Abrevieri.....	XI
Capitolul 1. Antreprenoriatul în secolul al XXI-lea.....	1
1.1. Considerații generale privind antreprenoriatul.....	2
1.2. Semnificația antreprenoriatului.....	4
1.3. Întreprinderile mici și mijlocii și rolul lor în economia contemporană.....	9
1.3.1. Definirea IMM-urilor	9
1.3.2. Delimitarea sectorului IMM-urilor	12
1.3.3. Caracteristici ale IMM-urilor	14
1.3.4. Rolul IMM-urilor în economia modernă.....	15
1.4. Activitatea antreprenorială	16
1.4.1. Definirea și caracteristicile activității antreprenoriale	16
1.4.2. Principalii factori care influențează activitatea antreprenorială	17
1.4.3. Revoluția antreprenorială	18
1.4.4. Satisfacțiile și insatisfacțiile activității antreprenoriale.....	19
1.4.5. Greșeli antreprenoriale	21
1.4.6. Toleranța față de eșec.....	22
1.5. Mediul antreprenorial	24
1.5.1. Definirea și caracteristicile mediului.....	24
1.5.2. Mediul antreprenorial real.....	25
1.5.3. Mediul antreprenorial perceput.....	26
1.5.4. Model privind legătura dintre fenomenul antreprenorial, mediul de afaceri și creșterea economică.....	26
1.5.5. Mediul antreprenorial <i>versus</i> ecosistem antreprenorial	28
1.6. Ecosistemul antreprenorial.....	29
1.6.1. Definirea ecosistemului antreprenorial	29
1.6.2. Elemente cheie ale ecosistemului antreprenorial	30
1.6.3. Antreprenoriatul productiv <i>versus</i> neproductiv.....	33
1.7. Managementul antreprenorial	34
1.7.1. Definirea managementului antreprenorial.....	34
1.7.2. Trăsăturile definitorii ale managementului antreprenorial	34
Termeni-cheie	35
Verificarea cunoștințelor	36
Bibliografie	46
Capitolul 2. Întreprinzătorul – elementul central al afacerii	49
2.1. Evoluția conceptului de întreprinzător în literatura economică	50
2.2. Accepțiunea conceptului de întreprinzător	51
2.3. Limitele întreprinzătorului	53
2.4. Caracteristicile întreprinzătorului	57
2.5. Rolurile și dimensiunile întreprinzătorului.....	62
2.6. Tipologia întreprinzătorilor.....	63

2.7. Întreprinzători și manageri.....	66
2.8. Femeia-întreprinzător	68
2.8.1. Considerații generale.....	68
2.8.2. Scurt istoric al femeii-întreprinzător în România	69
2.8.3. Specificitatea femeii-întreprinzător	69
2.9. Influența culturii asupra întreprinzătorilor	71
2.9.1. Cultura și antreprenoriatul	71
2.9.2. Geert Hofstede și România	72
2.9.3. Cultura antreprenorială în România de azi	75
2.10. Triada antreprenariat clasic, social și civic.....	78
Termeni-cheie	82
Verificarea cunoștințelor	84
Bibliografie	95
Capitolul 3. Oportunitatea economică și planul de afaceri.....	99
3.1. Oportunitatea economică	99
3.1.1. De la idee la oportunitate.....	99
3.1.2. Definirea oportunității economice	102
3.1.3. Surse de oportunități economice	102
3.1.4. Evaluarea oportunităților economice	103
3.1.5. Tipuri de oportunități.....	106
3.1.6. Determinările oportunității economice	108
3.1.7. Etapele abordării oportunității economice.....	109
3.1.8. Transformarea oportunității în afacere.....	109
3.2. Structura generală a planului de afaceri.....	113
3.2.1. Conceptul de plan de afaceri ca instrument de planificare și ca instrument de management.....	113
3.2.2. Scopurile elaborării planului de afaceri.....	116
3.2.3. Cerințe legate de planul de afaceri	116
3.2.4. Structura planului de afaceri	117
3.2.5. Monitorizarea planului de afaceri.....	120
3.2.6. Lean Startup	121
Termeni-cheie	123
Verificarea cunoștințelor	123
Bibliografie	135
Capitolul 4. Specificitatea managementului în IMM-uri.....	136
4.1. Stakeholderii întreprinderilor mici și mijlocii.....	136
4.2. Networkingul antreprenorial	140
4.2.1. A construi relații – cheia abilității de a face afaceri	140
4.2.2. Definirea networkingului	142
4.2.3. Caracteristicile rețelelor	144
4.2.4. Importanța rețelelor	145
4.3. Strategii antreprenoriale.....	146
4.4. Particularități ale funcțiilor managementului în întreprinderile mici și mijlocii	151
4.5. Specificul managementului resurselor umane în IMM-uri	154

Termeni-cheie	165
Verificarea cunoștințelor	165
Bibliografie	175
Capitolul 5. Trăsăturile specifice sectorului de IMM-uri în România ...	177
5.1. Dezvoltarea IMM-urilor după 1990 în România.....	177
5.2. Factorii care influențează densitatea și performanțele IMM-urilor	181
5.3. Demografia IMM-urilor	183
5.4. Rolul statului în dezvoltarea sectorului de IMM-uri.....	184
5.5. Cadrul legislativ al IMM-urilor din România.....	185
5.6. Cadrul instituțional al IMM-urilor din România.....	186
5.7. Asigurarea resurselor financiare	188
5.8. Modalități de angajare într-o afacere	191
Termeni-cheie	198
Verificarea cunoștințelor	199
Bibliografie	202