

# CUPRINS

<b>Cuvânt înainte</b> .....	<b>V</b>
<b>Capitolul 1. Antreprenoriatul în secolul al XXI-lea</b> .....	<b>1</b>
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 .....	15
1.3.4. Rolul IMM-urilor în economia modernă.....	15
1.4. Activitatea antreprenorială .....	17
1.4.1. Definirea și caracteristicile activității antreprenoriale .....	17
1.4.2. Principalii factori care influențează activitatea antreprenorială .....	17
1.4.3. Revoluția antreprenorială .....	19
1.4.4. Satisfacțiile și insatisfacțiile activității antreprenoriale .....	20
1.4.5. Greșeli antreprenoriale .....	22
1.4.6. Toleranța față de eșec .....	23
1.5. Mediul antreprenorial .....	25
1.5.1. Definirea și caracteristicile mediului.....	25
1.5.2. Mediul antreprenorial real .....	26
1.5.3. Mediul antreprenorial perceput .....	27
1.5.4. Model privind legătura dintre fenomenul antreprenorial, mediul de afaceri și creșterea economică.....	28
1.6. Managementul antreprenorial .....	30
1.6.1. Definirea managementului antreprenorial.....	30
1.6.2. Trăsăturile definitorii ale managementului antreprenorial .....	31
Termeni-cheie .....	32
Verificarea cunoștințelor .....	32
Bibliografie .....	41
<b>Capitolul 2. Întreprinzătorul – elementul central al afacerii</b> .....	<b>43</b>
2.1. Evoluția conceptului de întreprinzător în literatura economică .....	44
2.2. Accepțiunea conceptului de întreprinzător .....	46
2.3. Limitele întreprinzătorului .....	48
2.4. Caracteristicile întreprinzătorului .....	49
2.5. Rolurile și dimensiunile întreprinzătorului.....	57
2.6. Tipologia întreprinzătorilor.....	59
2.7. Întreprinzători și manageri.....	61
2.8. Femeia-întreprinzător .....	63
2.8.1. Considerații generale.....	63
2.8.2. Scurt istoric al femeii-întreprinzător în România .....	64
2.8.3. Specificitatea femeii-întreprinzător .....	65
2.9. Influența culturii asupra întreprinzătorilor .....	66
2.9.1. Cultura și antreprenoriatul .....	66

2.9.2. Geert Hofstede și România .....	68
2.9.3. Cultura antreprenorială în România de azi .....	71
Termeni-cheie .....	73
Evaluarea trăsăturilor antreprenoriale importante în derularea afacerilor .....	74
Verificarea cunoștințelor .....	76
Bibliografie .....	87
<b>Capitolul 3. Oportunitatea economică și planul de afaceri.....</b>	<b>90</b>
3.1. Oportunitatea economică .....	91
3.1.1. De la idee la oportunitate.....	91
3.1.2. Definirea oportunității economice .....	93
3.1.3. Surse de oportunități economice .....	94
3.1.4. Evaluarea oportunităților economice .....	94
3.1.5. Tipuri de oportunități .....	98
3.1.6. Determinările oportunității economice .....	100
3.1.7. Etapele abordării oportunității economice.....	101
3.1.8. Transformarea oportunității în afacere.....	101
3.2. Structura generală a planului de afaceri.....	104
3.2.1. Conceptul de plan de afaceri ca instrument de planificare și ca instrument de management.....	104
3.2.2. Scopurile elaborării planului de afaceri.....	108
3.2.3. Cerințe legate de planul de afaceri .....	108
3.2.4. Structura planului de afaceri .....	108
3.2.5. Monitorizarea planului de afaceri.....	112
3.2.6. Lean Startup .....	113
Termeni-cheie .....	115
Verificarea cunoștințelor .....	116
Bibliografie .....	127
<b>Capitolul 4. Specificitatea managementului în IMM-uri.....</b>	<b>128</b>
4.1. Stakeholderii întreprinderilor mici și mijlocii.....	129
4.2. Networkingul antreprenorial .....	132
4.2.1. A construi relații – cheia abilității de a face afaceri .....	132
4.2.2. Definirea networkingului .....	135
4.2.3. Caracteristicile rețelelor .....	136
4.2.4. Importanța rețelelor .....	137
4.3. Strategii antreprenoriale.....	139
4.4. Particularități ale funcțiilor managementului în întreprinderile mici și mijlocii .....	143
4.5. Specificul managementului resurselor umane în IMM-uri .....	146
Termeni-cheie .....	157
Verificarea cunoștințelor .....	158
Bibliografie .....	164
<b>Capitolul 5. Trăsăturile specifice sectorului de IMM-uri în România ...</b>	<b>165</b>
5.1. Dezvoltarea IMM-urilor după 1990 în România.....	166
5.2. Factorii care influențează densitatea și performanțele IMM-urilor .....	170

---

5.3. Demografia IMM-urilor .....	172
5.4. Rolul statului în dezvoltarea sectorului de IMM-uri.....	173
5.5. Cadrul legislativ al IMM-urilor din România.....	175
5.6. Cadrul instituțional al IMM-urilor din România.....	176
5.7. Asigurarea resurselor financiare .....	177
5.8. Modalități de angajare într-o afacere .....	181
Termeni-cheie .....	188
Verificarea cunoștințelor .....	189
Bibliografie .....	194