

FACULTATEA DE RELAȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE

TEMATICA PENTRU EXAMENUL DE LICENȚĂ

ECONOMIE ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE

SESIUNEA IULIE 2017

I. ECONOMIE MONDIALĂ

1. Procesul de formare a economiei mondiale
2. Sistemul economiei mondiale
3. Rolul țărilor dezvoltate în economia mondială
4. Transnaționalizarea vieții economice
5. Economia țărilor în dezvoltare
6. Caracteristici ale procesului de tranziție la economia de piață
7. Globalizarea vieții economice.

II. NEGOCIERE COMERCIALĂ INTERNAȚIONALĂ

1. Elemente de teoria negocierii
2. Structura conceptuală a procesului de negociere
3. Trăsături caracteristice procesului de negociere
4. Principii de bază ale procesului de negociere
5. Tipuri de negociere
6. Conceptul de negociere comercială internațională
7. Semnificația comunicării
8. Principii, obiective și funcții ale comunicării
9. Tipuri de comunicare
10. Stiluri de comunicare
11. Pregătirea negocierii comerciale internaționale
12. Derularea negocierii comerciale internaționale
13. Strategii adoptate în procesul de negociere comercială internațională
14. Tactici de negociere
15. Trăsături caracteristice negocierii în funcție de mediul cultural de proveniență.

III. COMERȚ INTERNAȚIONAL ȘI POLITICI COMERCIALE

1. Comerțul internațional
2. Specializarea internațională
3. Piața mondială
4. Teorii privind comerțul internațional
5. Balanța de plăți externe
6. Înregistrarea fluxurilor comerciale externe în balanța de plăți externe
7. Tehnici de echilibrare și finanțare a balanței de plăți externe
8. Indicatori de măsurare a gradului de integrare a unei țări în comerțul internațional
9. Evoluția volumului valoric al fluxurilor comerciale internaționale
10. Evoluția structurii comerțului internațional
11. Factorii de influență asupra evoluției comerțului internațional
12. Rolul Triadei în comerțul internațional contemporan
13. Rolul țărilor BRICS în comerțul internațional contemporan
14. Contextul apariției și obiectivele OMC
15. Structura organizatorică a OMC
16. Principiile fundamentale ale OMC
17. Excepții și derogări de la principiile fundamentale ale OMC
18. Desfășurarea negocierilor în cadrul OMC
19. Locul țărilor în dezvoltare în cadrul OMC
20. Rezultatele activității Acordului General pentru Tarife și Comerț, până la declanșarea Rundei Uruguay
21. Runda Uruguay
22. Aprecieri versus critici privind provizoratul Acordului General pentru Tarife și Comerț
23. Rezultatele conferințelor ministeriale ale OMC
24. Runda Doha (Runda Mileniului)
25. Analiza principalelor prevederi ale acordurilor OMC
26. Globalizarea economică și comerțul internațional
27. Integrarea economică regională și incidențele acestui proces asupra comerțului internațional
28. Integrarea economică în Europa occidentală
29. Integrarea economică în America de Nord
30. Procesul de integrare economică regională în zona Asia-Pacific
31. Locul instrumentelor de politică comercială în obiectivele, principiile sistemului comercial internațional
32. Reinventarea actualului sistem comercial internațional
33. Politica comerțului echitabil în contextul crizei economice
34. Politici comerciale - concepte, obiective, funcții
35. Instrumentele politicii comerciale

36. Tipuri de politici comerciale
37. Liberalism vs. protecționism în politicile comerciale contemporane
38. Politica vamală – obiective, instrumente, funcții
39. Tarifal vamal
40. Taxele vamale
41. Efectul protecționist al taxelor vamale
42. Teritoriul vamal. extinderea și restrângerea teritoriului vamal
43. Incidențele creării uniunilor vamale asupra schimburilor comerciale internaționale
44. Instrumente de politică netarifară utilizate în politicile comerciale contemporane- introducere
45. Bariere netarifare care implică o limitarea cantitativă directă a importurilor (restricții cantitative la import)
46. Bariere netarifare care implică indirect limitarea importurilor prin mecanismul prețurilor
47. Bariere netarifare care decurg din participarea statului la activități comerciale internaționale
48. Barierele netarifare ce decurg din standardele aplicate produselor importate și celor indigene (obstacole tehnice)
49. Instrumente de promovare a exporturilor
50. Instrumente specifice politicii de stimulare a exporturilor
51. Acorduri comerciale de apărare comercială
52. Acorduri comerciale care reglementează politicile comerciale în domeniile agricultură, textile și confecții
53. Acorduri comerciale care reglementează aspecte privind politica vamală
54. Acordul cu privire la măsurile ce vizează investițiile legate de comerț
55. Acordul general pentru comerțul cu servicii

IV. ECONOMIA INTEGRĂRII EUROPENE

1. Raționamentele economice ale integrării
 - 1.1. Formele integrării economice
 - 1.2. Integrarea comercială
 - 1.3. Integrarea prin piață
 - 1.4. Integrarea monetară
2. Principiile și obiectivele politicilor comunitare
 - 2.1. Politica în domeniul concurenței și politica industrială
 - 2.2. Politica agricolă și politica regională
 - 2.3. Politica monetară
 - 2.4. Politica bugetară

V. TRANZACȚII INTERNAȚIONALE

1. Definierea tranzacției comerciale internaționale, Instrumente și modalități de plată în schimburile internaționale
 - 1.1. Definierea tranzacției de comerț exterior
 - 1.2. Modalități de realizare a tranzacțiilor economice internaționale
 - 1.3. Cambia, Biletul la ordin, Cecul, Cardul
 - 1.4. Acreditivul documentar, Incasso documentar
2. Strategii în tranzacțiile economice internaționale, Logistica tranzacțiilor internaționale și Condiții de livrare
 - 2.1. Franciza internațională, Operațiunile de transfer de tehnologie, Operațiuni de cooperare industrială, Contractul pentru constituirea de obiective industriale
 - 2.2. Tranzacțiile de leasing, Tranzacțiile la bursă, Tranzacții prin licitații internaționale
 - 2.3. Pregătirea livrării, Expediția internațională, Transportul internațional, Asigurarea mărfurilor, Vămuirea mărfurilor
 - 2.4. Condițiile de livrare

VI. DREPTUL COMERȚULUI INTERNAȚIONAL

1. Dreptul comerțului internațional în epoca globalizării
2. Organizații mondiale
3. Organizații regionale
4. Izvoare internaționale
5. Importanța uzanțelor comerciale internaționale
6. Conceptul de insolvență în dreptul comerțului internațional
7. Reglementările internaționale în domeniul insolvenței
8. Reglementarea insolvenței în Uniunea Europeană
9. Legile model privind insolvența
10. Prescripția extinctivă
11. Contractul de vânzare internațională de mărfuri
12. Reglementări cu caracter internațional – în arbitraj
13. Arbitrabilitatea litigiilor comerciale
14. Conținutul clauzei compromisorii
15. Forma convenției arbitrale
16. Autonomia clauzei compromisorii
17. Conținutul și forța clauzei compromisorii
18. Cauzele desființării hotărârii arbitrale
19. Competența de soluționare a acțiunii în anulare
20. Executarea hotărârii arbitrale.

VII. MANAGEMENTUL AFACERILOR INTERNAȚIONALE

1. Coordonatele mediului economic în care organizația internațională își desfășoară activitatea
2. Caracteristicile și conținutul afacerilor internaționale
3. Managementul internațional în contextul globalizării afacerilor
4. Abordarea interculturală a managementului internațional
5. Definiții ale planificării
6. Elementele planificării
7. Planificarea strategică
8. Analiza competitivității organizației internaționale
9. Stabilirea misiunii și a obiectivelor organizației
10. Definirea procesului de internaționalizare
11. Procesul de internaționalizare și motivațiile acestui proces
12. Etapele premergătoare formulării strategiei de internaționalizare
13. Definirea obiectivelor organizației la nivel internațional
14. Selectarea piețelor și a partenerilor
15. Stabilirea metodelor de operare în procesul de internaționalizare a afacerilor. Forme de internaționalizare
16. Definirea procesului de organizare
17. Factorii care influențează alegerea structurii organizatorice în cazul companiilor internaționale
18. Organizarea activităților internaționale
19. Procesul decizional și elementele sale componente
20. Etapele procesului decizional
21. Tipologia deciziilor în afacerile economice internaționale
22. Comunicarea internă
23. Comunicarea externă
24. Organizația comunicantă
25. Procesul de comunicare internațională
26. Comunicarea internă
27. Comunicarea externă
28. Organizația comunicantă
29. Procesul de comunicare internațională
30. Procesul de recrutare și selecție a personalului
31. Pregătirea managerilor internaționali
32. Comunicarea internă
33. Comunicarea externă
34. Organizația comunicantă
35. Procesul de comunicare internațională
36. Procesul de recrutare și selecție a personalului
37. Pregătirea managerilor internaționali
38. Activitatea de control în organizație

39. Tipuri de activități de control
40. Eficiența activității de control
41. Conceptul de sistem, metodă și de tehnică de management
42. Clasificarea sistemelor, metodelor și tehnicilor de management
43. Etica în afacerile internaționale
44. Particularitățile culturale ale managementului internațional
45. Conotații conceptuale cu privire la etică
46. Etica în afaceri
47. Componenta sistemului de management în organizația internațională

VIII. MARKETING INTERNAȚIONAL ȘI EUROMARKETING

1. Marketingul internațional – trăsături specifice, caracteristici și factori de influență
2. Mediul de marketing internațional
3. Cercetarea în marketingul internațional
4. Alternative strategice în marketingul internațional
5. Alternative strategice ale politicii de produs în marketingul internațional
6. Alternative strategice ale politicii de preț în marketingul internațional
7. Alternative strategice ale politicii de distribuție în marketingul internațional
8. Alternative strategice ale politicii de promovare în marketingul internațional
9. Planificarea strategică în marketingul internațional
10. Evoluții ale marketingului pe plan internațional
11. Piața unică, reflectare a aprofundării integrării în cadrul Uniunii Europene
12. Dimensiuni ale Pieței unice europene – prezent și perspective
13. Consumatorul european – „ținta” demersului specific euromarketingului
14. Concurența – componenta definitivă a „regulilor de joc” din cadrul Pieței unice europene
15. Cadrul legal-instituțional și politic specific câmpului de acțiune al euromarketingului
16. Cercetarea de marketing european
17. Abordări strategice de marketing pe Piața unică europeană
18. Mixul de marketing pe Piața unică europeană - probleme actuale
19. Determinante ale politicilor secvențiale de marketing pe Piața unică europeană, vizând: politica de produs, politica de preț, politica de distribuție, politica de comunicare promoțională
20. Noi orizonturi ale Euromarketingului

BIBLIOGRAFIE

1. Adăscăliței V.(coord.), Mușetescu, A., Crăciun, C., Nicolau, I. - **Coordonate ale marketingului european**, Editura Universitară, București 2013, Partea a II-a și Partea a III-a.
2. Chițiba C. – **Economie mondială**, Ed. Pro Universitaria, București, 2011, pag. 7-28; 32-33; 35-38; 51-55; 60-69; 147-165; 167-178; 203-212.
3. Chițiba C. – **Procesul de negociere în afacerile internaționale**, Ed. Pro Universitaria, București, 2010, pag. 7-25; 27-44; 50-76; 78-90; 93-110; 189-208.
4. Coșea M. – **Economia integrării europene**, Ed. UCDC, 2007, pag. 129-160; 210-244.
5. Dinu A.M., Rujan O. - **Tranzacții economice internaționale**, Editura Pro Universitaria, București, 2012, pag. 9-16, 34-43, 44-70, 71-94, 95-101;
6. Ilie G. - **Comerț internațional**, Editura Pro Universitaria, București, 2011, pag. 11-14; 20-65; 79-82; 86-94; 107-148; 157-164; 167-180; 183-188; 191-211; 213-231; 238-262; 279-341; 355-367.
7. Ilie G - **Politici comerciale. Abordări teoretice și practici internaționale**, Editura Pro Universitaria, București, 2009, pag. 13-18; 20-24; 33-36; 41-59; 64-86; 96-133; 148-153; 156-166; 177-213.
8. Militaru C. – **Managementul afacerilor internaționale**, Editura Pro Universitaria, 2009, pag. 9-33; 42-54; 56-74; 84-93; 95-125
9. Nicolau I. – **Marketing internațional**, Editura Pro Universitaria, 2015
10. Șandru D.M. – **Dreptul comerțului internațional, ediția a III-a**, Ed. Universitară, București, 2012, pag. 10, 16, 19, 20, 22, 30, 31, 34, 36, 55-59, 61, 62, 64-67, 71, 82, 90-102, 104-109, 111, 114-117, 131, 133.