

Ioana PLEȘCĂU

Îndrumar de proiect la disciplina
ANTREPRENORIAT



EDITURA „ALMA MATER”
BACĂU, 2024

Cuprins:

Introducere	5
1. Prezentarea generală a proiectului. Alegerea ideii de afaceri.....	7
1.1. Ce este un plan de afaceri?	7
1.2. Identificarea ideii de afaceri	11
2. Descrierea firmei. Analiza produselor/serviciilor	16
2.1. Numele și logo-ul firmei. Forma juridică de constituire	17
2.2. Sediul social, sediul de desfășurare a activității	20
2.3. Misiunea, viziunea și obiectivele firmei	20
2.4. Prezentarea asociațiilor	23
3. Analiza produselor / serviciilor oferite	24
3.1. Descrierea produselor/ serviciilor oferite pieței	25
3.2. Resursele materiale necesare producției / prestării de servicii	25
4. Analiza pieței și a industriei	28
4.1. Segmentarea pieței și descrierea pieței țintă.....	29
4.2. Analiza industriei și a oportunităților oferite de piață	31
4.3. Analiza SWOT	32
5. Analiza concurenței	34
6. Planificarea activității de marketing	36
6.1. Strategia de produs / serviciu	38
6.2. Strategia de preț	40
6.3. Strategia de promovare	41
6.4. Strategia de distribuție	43
6.5. Parteneriate strategice	44
7. Managementul firmei	46
7.1. Structura organizațională	46
7.2. Descrierea echipei de management	47
7.3. Planificarea resurselor umane (recrutare/selecție).....	48

7.4.	Politica de salarizare	51
8.	Planificarea financiară a firmei.....	53
8.1.	Cheltuieli inițiale.....	55
8.2.	Cheltuieli lunare / ciclice	55
8.3.	Cheltuieli salariale	56
8.4.	Surse potențiale de finanțare pentru suma necesară demarării activității: alegere, argumentare și calcule.....	56
9.	Instrumente utilizate în analiza activității firmei (diagrama Gantt, matricea BCG, previziunile financiare)	58
9.1.	Matricea BCG	58
9.2.	Diagrama Gantt.....	60
9.3.	Previziuni financiare	62
10.	Concluzii ale planului de afaceri	63
11.	Concluzii generale.....	65
	Bibliografie	68