

Universitatea din București

CNFIS-FDI-2021-0375

UNIHUB - Inovare, antreprenoriat și tehnologie – sprijinirea
inițiativelor de afaceri ale studenților și absolvenților UB

CURS DE COMPETENȚE ANTREPRENORIALE UNIHUB 2021

Data: 23-24 octombrie și 30-31 octombrie 2020

Organizator: Facultatea de Administrație și Afaceri
Online

Agenda:

23, 24, 30 și 31 octombrie 2020, 9.30 – 18.30

9.30 – 10.30 Introducere: Prezentare participanți și traineri. Așteptări și obiective. Prezentare obiective curs și agendă.

10.30 – 13.30 Sesiunea 1: Prezentare (Modul Marketing/ Modul Management/ Modul Management Financiar-contabil/ Scrierea planului de afaceri)

13.30 – 14.30 Pauza

14.30 – 17.30 Sesiunea 2: Studiu individual și în echipă, sub îndrumarea mentorilor (traineri) utilizând platforme online adaptate

17.30 – 18.30 Concluzii. Sesiune Q&A

Structura cursului de competențe antreprenoriale

Cursul de antreprenoriat are patru module:

1. Managementul afacerii (8 ore) – Lector.univ.dr. Cosmin Imbrișcă
2. Marketing (8 ore) – Lector univ.dr. Cătălin Grădinaru
3. Management financiar - contabil (8 ore)- Conf.univ.dr. Camelia Cojocar
4. Dezvoltarea planului de afaceri (8 ore) – Drd. Ionuț Minciună

Structura și conținutul modulelor

1. Modulul 1: Managementul afacerii

- Ce este un startup?
- Identificarea, testarea și validarea modelului de afaceri al unui startup;
- Analiza de nevoi și probleme;
- Identificarea avantajelor generate de utilizarea produselor/serviciilor;
- Produsul minim viabil (MVP)
- Managementul resurselor (umane, financiare, materiale și informaționale);
- Gestionarea relației cu furnizorii;

- Dezvoltarea canalelor de distribuție;
- Identificarea și dezvoltarea de parteneriate cheie;
- Fluxurile de producție: activități cheie pentru producția sau prestarea serviciilor;
- Managementul culturii organizaționale, recrutarea, selecția și managementul echipei.

2. **Modulul 2: Marketing**

- Dezvoltarea strategiei de marketing și a mixului de marketing;
- Segmentarea clienților și analiza nevoilor și problemelor adresate de produsele sau serviciile oferite;
- Validarea produsului minim viabil în raport cu segmentul de clienți;
- Experimente și semnale utilizate în procesul de validare;
- Analiza SWOT;
- Analiza competiției și a forțelor ce definesc piața;
- Tehnici de promovare a produselor/serviciilor în mediul online și offline;
- Dezvoltarea bazei de clienți: atragerea de noi clienți, menținerea clienților existenți și stimularea vânzărilor pentru clienții existenți;
- Strategia de valorificare a produselor/serviciilor
- Strategiei de stabilire a prețurilor pentru bunurile/serviciile vândute (politica de prețuri);

3. **Modulul 3: Management financiar – contabil**

- Noțiuni de contabilitate primară;
- Noțiuni primare de fiscalitate;
- Identificarea resurselor cheie necesare și bugetarea acestora: costuri investiționale, costuri fixe și costuri variabile;
- Prognoza veniturilor;
- Realizarea previziunilor financiare: bugetul de venituri și cheltuieli și fluxul de numerar (cash-flow).
- Calcularea pragului de break-even;

4. **Modulul 4: Dezvoltarea planului de afaceri**

- a. Descrierea produsului sau serviciilor furnizate (“Value Propositions”);
- b. Segmentarea clienților (“Customer Segments”);
- c. Canale de comunicare și canale de distribuție (“Channels”);
- d. Dezvoltarea relațiilor cu clienții (“Customer Relationships”);
- e. Fluxul veniturilor (“Revenue Streams”);
- f. Resurse cheie (“Key Resources”);
- g. Parteneri cheie (“Key Partners”);
- h. Activități cheie (“Key Activities”);
- i. Structura costurilor (“Cost Structure”).