Cuprins

Argument ..... **XIII**

Prefață ..... **XV**

Abrevieri ..... **XIX**

Capitolul I. Antreprenoriat și antreprenoriat strategic **1**
Secțiunea 1. Ce este antreprenoriatul? 1
Secțiunea a 2-a. Procesul antreprenorial 4
Secțiunea a 3-a. Antreprenoriatul strategic – concepte și dimensiuni 6
Secțiunea a 4-a. Structura sistemului de antreprenoriat strategic 12
§1. Principalele elemente ale sistemului de antreprenoriat strategic 12
§2. Elemente suplimentare ale sistemului antreprenoriatului strategic 15
Secțiunea a 5-a. Cercul antreprenoriatului strategic 20
Secțiunea a 6-a. Abordări privind dezvoltarea antreprenoriatului strategic 22

Capitolul II. Ecosistemul antreprenorial și formula antreprenorială **26**
Secțiunea 1. Ecosistemul antreprenorial 26
Secțiunea a 2-a. Formula antreprenorială – concept și tipologie 30
Secțiunea a 3-a. Evaluarea opțiunilor strategice ale firmei în raport cu modelul de formulă antreprenorială 35
Secțiunea a 3-a. Evaluarea strategiei generale a firmei pornind de la evaluarea rezultatelor 42
Secțiunea a 4-a. Formula antreprenorială strategică 45
§1. Echilibrarea formulei antreprenoriale strategice 47
§2. Evaluarea formulei antreprenoriale strategice în raport cu pieţele reale 49
§3. Evaluarea formulei antreprenoriale strategice în raport cu pieţele financiare 55
§4. Evaluarea formulei antreprenoriale strategice în raport cu contextul social 57

Capitolul III. Antreprenoriatul social **61**
Secțiunea 1. Abordări privind antreprenoriatul social 61
Secțiunea a 2-a. Ecosistemul antreprenoriatului social 66
Secțiunea a 3-a. Start-upuri social inovative 70
Secțiunea a 4-a. Instrumente financiare pentru sprijinirea antreprenoriatului social în context european 72
Secțiunea a 5-a. Întreprinderile sociale raportate la obiectivele FSE 73
Secțiunea a 6-a. Cadrul de reglementare pentru întreprinderile sociale în Uniunea Europeană 75
Secțiunea a 7-a. Ecosistemul financiar al întreprinderii sociale 77
Secțiunea a 8-a. Rolul intermediarilor financiari care lucrează cu întreprinderi sociale 80

Secțiunea a 9-a. Produse financiare pentru întreprinderile sociale 83
Secțiunea a 10-a. Combinarea instrumentelor financiare cu alte forme de sprijin pentru întreprinderile sociale 85

Capitolul IV. Antreprenoriatul strategic și inovarea 90
Secțiunea 1. Inovarea – concepte și tipologii 90
§1. Elemente esențiale pentru succesul inovării în context antreprenorial 92
§2. Etapele ciclului de viață al inovării pe piață 93
§3. Atributele produsului inovator și a pieței inovării 93
§4. Caracteristicile segmentării pieței de inovare 94
Secțiunea a 2-a. Noi provocări ale inovării 99
§1. Inovarea socială 99
§2. Elemente cheie ale inovării sociale 102
§3. Procesul inovării sociale 103
§4. Evaluarea impactului social al inovării 104
Secțiunea a 3-a. Metode de evaluare a impactului social al inovării 105
Secțiunea a 4-a. Inovarea sustenabilă 106

Capitolul V. Oportunitățile de afaceri și spații de dezvoltare a antreprenoriatului 109
Secțiunea 1. Oportunitățile de afaceri în contextul antreprenoriatului strategic 109
Secțiunea a 2-a. Tipologia oportunităților 111
Secțiunea a 5-a. Spații de dezvoltare a antreprenoriatului 119
§1. Incubatoarele de afaceri 121
§2. Modele de incubatoare 123
§3. Acceleratorul de afaceri 125
3.1. Proiectarea acceleratorului de afaceri 126
§4. Economia partajată (colaborativă) 129
4.1. Exemple de companii de succes ale economiei partajate 131
§5. Alte programe de dezvoltare a spațiilor antreprenoriale 132

Capitolul VI. Instrumente manageriale de analiză pentru antreprenoriatul strategic 133
Secțiunea 1. Analiza stakeholderilor 133
§1. Analiza importanței stakeholderilor 134
§2. Etapele analizei impactului stakeholderilor 134
2.1. Identificarea stakeholderilor 135
2.2. Identificarea nevoilor/intereselor stakeholderilor 135
2.3. Analiza oportunităților și amenințărilor 135
2.4. Analiza responsabilității sociale 136
2.5. Satisfacerea așteptărilor stakeholderilor 136
§3. Avantajele managementului eficace al stakeholderilor 137
Secțiunea a 2-a. Analiza micromediului – modelul celor cinci forțe 137
§1. Influența clienților 138
§2. Influența furnizorilor 139

§3. Concurența între organizațiile existente deja pe piață 140
§4. Concurenţii potenţiali 141
§5. Produsele de substituţie 142
Secțiunea a 3-a. Analiza macromediului 142
§1. Analiza macromediului – Analiza PESTEL 142
1.1. Factorii politici 142
1.2. Factorii economici 143
1.3. Factorii socio-culturali şi demografici 143
1.4. Factorii tehnologici 145
1.5. Factorii ecologici 145
1.6. Factorii legislativi 146
§2. Analiza internă 146
Secțiunea a 4-a. Analiza sistemului de management al organizației 148
Secțiunea a 5-a. Modelul celor 7 S 154
Secțiunea a 6-a. Matricea Boston Consulting Group (BCG) 155
Secțiunea a 7-a. Matricea Ansoff 158
§1. Matricea Ansoff 2 x 2 158
§2. Matricea Ansoff 3 x 3 160
Secțiunea a 8-a. Balanced Scorecard – Instrument de măsurare a performanței antreprenoriatului strategic 161
§1. Misiunea antreprenorială 161
§2. Viziunea antreprenorială 162
§3. Factorii critici ai succesului antreprenorial 164
§4. Valorile antreprenoriale 165
§5. Obiectivele afacerii 165
Secțiunea a 9-a. Analiza pe baza lanțului valorii 168
Secțiunea a 10-a. Analiza SWOT 170

Capitolul VII. Strategii antreprenoriale și modele de afaceri 175
Secțiunea 1. Strategia antreprenorială 175
§1. Metodologia strategiei antreprenoriale 175
1.1. Fundamentarea strategiei antreprenoriale 176
1.2. Elaborarea strategiei antreprenoriale 178
1.3. Implementarea strategiei antreprenoriale 180
1.4. Evaluarea strategiei antreprenoriale 180
§2. Tipuri de strategii antreprenoriale 180
§3. Tipuri de alianțe strategice pentru antreprenoriatul strategic 188
Secțiunea a 2-a. Modele de afaceri 189
Secțiunea a 3-a. Planul de afaceri – instrument major în demersul antreprenorial strategic 201

Capitolul VIII. Marketingul antreprenorial în contextul Antreprenoriatului strategic 208
Secțiunea 1. Marketing antreprenorial 208
§1. Prospectarea pieței 210
§2. Strategia de marketing pentru antreprenori 211

Secțiunea a 2-a. Mixul de marketing 212
§1. Strategia de produs 213
§2. Strategia de preț 215
§3. Strategia de distribuție 216
§4. Canale tradiționale de distribuție 217
§5. Strategia de comunicare/promovare 218
Secțiunea a 3-a. Abilitățile de marketing ale antreprenorului 222

Capitolul IX. Leadership-ul antreprenorial 225
Secțiunea 1. Mediul leadership-ului antreprenorial 225
Secțiunea a 2-a. Competențele liderului antreprenorial 226
Secțiunea a 3-a. Elemente specifice viziunii liderilor antreprenoriali 230
Secțiunea a 4-a. Leadership-ul antreprenorial în start-upuri 234
Secțiunea a 5-a. Etapele dezvoltării leadership-ului antreprenorial 237
§1. Auto-evaluarea 238
§2. Diagnosticarea mediului 239
§3. Stabilirea valorilor personale 241
§4. Dezvoltarea încrederii în sine 241
§5. Consultarea colaboratorilor 242
§6. Construirea viziunii 243
§7. Comunicarea şi motivarea viziunii antreprenoriale 243
§8. Aplicarea viziunii 244
§9. Monitorizarea și evaluarea 245

Capitolul X. Cultura antreprenorială 246
Secțiunea 1. Importanța culturii antreprenoriale 246
Secțiunea a 2-a. Definirea culturii antreprenoriale 247
Secțiunea a 3-a. Factorii de influență ai culturii antreprenoriale 250
§1. Antreprenorul 250
§2. Istoria firmei 251
§3. Nevoile și obiectivele personalului firmei 252
§4. Particularitățile salariaților 252
§5. Motivarea personalului 253
§6. Digitalizarea 254
§7. Tehnologia şi produsele/serviciile firmei 254
§8. Resursele firmei 255
§9. Legislația 255
§10. Clienții 256
§11. Mediul economic 256
§12. Factorii sociali 257
§13. Cultura naţională 257
§14. Globalizarea 258
Secțiunea a 4-a. Funcțiile culturii antreprenoriale 258
§1. Cultura antreprenorială facilitează relaţiile organizației cu stakeholderii 259
§2. Cultura antreprenorială realizează interfața dintre cultura naţională şi cea individuală 259

§3. Cultura antreprenorială modelează identitatea individuală și cea de grup 259
§4. Cultura antreprenorială este un determinant major al avantajului competitiv 260
§5. Cultura antreprenorială asigură sentimentul de apartenenţă la o colectivitate specifică 260
§6. Cultura antreprenorială oferă protecţie componenţilor săi 260

Capitolul XI. Profilul antreprenorului 261
Secțiunea 1. Antreprenorul – de la nevoia de independență la succes 261
Secțiunea a 2-a. Profilul unui antreprenor de succes 267
§1. Formarea și abilitățile unui antreprenor de succes 268

Capitolul XII. Mentoratul și coachingul antreprenorial – etape în educația antreprenorială 272
Secțiunea 1. Abordări privind mentoratul și coachingul antreprenorial 272
Secțiunea a 2-a. Modele de coaching 281

Capitolul XIII. Transformarea digitală și antreprenoriatul strategic 285
Secțiunea 1. Economia fizică și economia virtuală 285
Secțiunea a 2-a. Factori care influențează digitalizarea 287
Secțiunea a 3-a. Ecosistemul antreprenorial digital 291
Secțiunea a 4-a. Modele de afaceri digitale 293

Bibliografie 301