



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

DOCTORATUL ÎN ȘCOLI DE EXCELENȚĂ

EVALUAREA CALITĂȚII CERCETĂRII DIN UNIVERSITĂȚI ȘI CREȘTEREA VIZIBILITĂȚII PRIN PUBLICARE ȘTIINȚIFICĂ

NUMELE PUBLICAȚIEI ȘTIINȚIFICE PLANUL DE AFACERI

PACHETUL DE LUCRU 4 – CAPACITATE EDITORIALĂ

2010





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

Cuprins

1. Rezumatul proiectului
2. Prezentarea afacerii
 - 2.1. Scurtă prezentare a proiectului
 - 2.2. Istoricul organizației, al proiectului și al promotorilor
 - 2.3. Misiunea
 - 2.4. Stadiul proiectului și rezumatul activităților care trebuie realizate
 - 2.5. Motivarea și obiectivele promotorilor în raport cu proiectul
 - 2.6. Puncte critice în realizarea proiectului
3. Planul de marketing
 - 3.1. Analiza pieței
 - 3.1.1 Analiza macro
 - 3.2. Caracterizarea generică a pieței
 - 3.2.1 Publicul țintă
 - 3.3. Analiza concurenței
 - 3.4. Analiza SWOT
 - 3.5. Poziționarea strategică
 - 3.6. Marketing mix
 - 3.6.1 Politica produsului
 - 3.6.2 Politica prețului
 - 3.6.3 Politica de distribuție
 - 3.6.4 Politica de comunicare
 - 3.7. Previziunea vânzărilor
4. Planul organizațional
5. Planul de producție
6. Planul financiar
 - 6.1. Planul de investiții
 - 6.2. Demonstrarea rezultatelor așteptate
 - 6.3. Bilanțul așteptat
 - 6.4. Planul de finanțare
 - 6.5. Bugetul contabil
 - 6.6. Analiza rentabilității
 - 6.6.1 Fondul pentru cheltuieli curente și *cash-flow*-ul
 - 6.6.2 Valoare actuală lichidă, rata internă de rentabilitate și perioada de recuperare a investiției
 - 6.7. Observații





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

1. Rezumatul proiectului

Prezentați, pe scurt, toată informația relevantă privind proiectul, precum și obiectivele PLANULUI AFACERII.

În acest spațiu trebuie să descrieți

- organizația (editura);
- produsul (publicația);
- echipa proiectului;
- partenerii;
- piața;
- publicul țintă;
- poziționarea strategică;
- investiția/finanțarea;

Rezumatul proiectului trebuie să fie concis și convingător (stil „om de afaceri”), fără să depășească, de preferință, 2-3 pagini (maxim 5), și trebuie să fie ultima secțiune de completat a PLANULUI AFACERII.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

2. Prezentarea afacerii

Această secțiune are rolul de introducere la PLANUL AFACERII, urmând ca aici să fie prezentate aspectele relevante legate de proiect.

După lecturarea acestei introduceri, cititorul trebuie să cunoască:

- *istoricul promotorilor, al editurii și al ideii;*
- *care au fost motivațiile care au condus la implementarea proiectului;*
- *care este stadiul actual al acestuia;*
- *ce activități urmează să se desfășoare;*
- *care sunt obiectivele personale și academice ale promotorilor;*
- *ce parteneriate trebuie stabilite.*





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

2.1. Scurtă prezentare a proiectului

Această secțiune trebuie să includă:

- *definirea publicației și a tipului de afacere;*
- *prezentarea domeniului în care se înscrie publicația;*
- *prezentarea necesității la care răspunde și a diferențierii față de alte publicații deja existente pe piață;*
- *descriere formei legale adoptate;*
- *justificarea interesului afacerii, a oportunităților de creștere și a rentabilității așteptate.*





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

2.2. Istoricul organizației, al promotorilor și al proiectului

În această secțiune, se va prezenta istoricul organizației (editurii, dacă există), al proiectului (etapele care au fost parcurse până în prezent) și al promotorilor (partea din CV legată de proiect).





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI

OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

2.3. Misiunea

Misiunea este o declarație globală care definește obiectivele generale și permanente ale editurii, exprimând intențiile fundamentale de gestiune, precum și orientările viitoare pentru îndeplinirea acesteia.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

2.4. Stadiul proiectului și rezumatul activităților care trebuie realizate

În această secțiune, trebuie descris, într-o formă concisă, dar completă, stadiul de dezvoltare al proiectului, îndeosebi principalele obiective deja atinse.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

2.5. Motivarea și obiectivele promotorilor în raport cu proiectul

Motivarea pe care promotorii o arată proiectului și, în special, timpul pe care i-l pot dedica sunt variabile importante pentru succesul acestuia.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI

OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

2.6. Puncte critice în realizarea proiectului

În această secțiune, trebuie menționate punctele critice pentru dezvoltarea proiectului, adică, aspectele care pot condiționa punerea în aplicare a acestuia sau, cel puțin, strategia prezentată în acest plan.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

3. Planul de marketing

Presupozițiile inerente implementării unui plan de marketing sunt:

- *cunoașterea clienților (preferințele, obiceiurile, expectativele);*
- *cunoașterea concurenților (punctele tari și punctele slabe).*

După identificarea felului în care se articulează aceste elemente, este posibil să se dezvolte o strategie de acțiune care va permite, într-o formă eficientă, satisfacerea necesităților clienților, cunoașterea concurenților și identificarea posibilelor schimbări care ar putea afecta afacerea.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

3.1. Analiza pieței

3.1.1. Analiza macro

Identificarea factorilor economici, tehnologici și socio-culturali care ar putea afecta publicația.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

3.2. Caracterizarea generică a pieței

Caracterizarea pieței trebuie să reflecte aspecte precum:

- *dimensiunea totală a pieței unde editura pretinde să acționeze;*
- *caracterizarea canalelor de distribuție;*

Dimensiunea totală a pieței și caracterizarea canalelor de distribuție trebuie să fie prezentată sub forma unui raport anual, pe o perioadă de minim trei ani, pentru ca, în acest fel, să se poată determina tendințele de scădere, de menținere sau de creștere.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI

OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

3.2.1. Publicul țintă

Publicul țintă poate fi definit ca o grupare de persoane sau organizații către care publicația este dirijată. În mod direct sau indirect, o editură ar putea avea drept clienți alte organizații sau consumatori.

În această fază, trebuie să reflectăm asupra următoarelor aspecte:

- cine ne sunt clienți?*
- ce categorii de persoane sunt?*
- oare este acesta publicația de care au nevoie?*





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

3.3. Analiza concurenței

Analiza concurenței permite promotorilor să aibă o idee clară asupra capacității competitive a proiectului. Pentru a defini gradul de competitivitate al pieței, trebuie făcută o analiză a datelor cantitative, îndeosebi, a numărului total de concurenți, a cotei de piață a principalilor concurenți, a repartiției vânzărilor în funcție de editură. Trebuie, așadar, elaborată o analiză comparativă între concurenți și editura care lansează proiectul.

În această fază, trebuie reflectat asupra următoarelor aspecte:

- *cine sunt concurenții?*
- *unde sunt localizați?*
- *de cât timp sunt pe piață?*
- *ce strategii de preț au adoptat?*
- *care sunt caracteristicile publicațiilor lor?*





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

3.4. Analiza SWOT

În această secțiune, trebuie identificați factorii externi (amenințări și oportunități) și interni (puncte tari și puncte slabe) care converg spre întărirea sau nu a poziției concurențiale a proiectului.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

3.5. Poziționarea strategică

Definiți imaginea pe care clienții ar trebui să o aibă despre publicația dv. în comparație cu concurența, precum și caracteristicile care disting publicația dv. față de alte publicații similare.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

3.6. Marketing mix

3.6.1. Politica produsului

Publicația nu se caracterizează doar prin caracteristicile sale fizice, ci prin imaginea pe care o transmite. Astfel, există, pe scurt, trei decizii legate de politica publicației:

- *caracteristicile produsului;*
- *modul de prezentare;*
- *politicile de top.*

În aceasta fază, trebuie să reflectați asupra următorului aspect:

- *ce avantaje prezintă publicația noastră față de cele ale concurenței?*





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

3.6.2. Politica prețului

Prețul este constituit dintr-o valoare care reprezintă cheltuielile legate de producție (costuri de producție) inclusiv un adaos care să permită profitul. Totuși, politica prețului nu poate fi definită în funcție de o formulă, oricât de coerentă ar fi aceasta. Este importantă, în acest proces, articularea mai multor elemente și anume:

- *prețurile practicate de concurență;*
- *cât sunt obișnuiți clienții să plătească;*
- *obiectivele vânzării;*
- *profitul și rentabilitatea;*
- *strategia de segmentare;*
- *poziționarea pe piață.*

În această fază, va trebui să reflectăm asupra următoarelor aspecte:

- *este prețul publicației noastre un preț pe care clienții sunt dispuși să-l plătească?*
- *este prețul publicației noastre un preț competitiv în raport cu concurența?*





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

3.6.3. Politica de distribuție

Definiți cea mai eficientă modalitate de a face ca publicația să ajungă la client, alegând canalul cel mai adecvat publicației și pieței.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI

OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

3.6.4. Politica de comunicare

În definirea strategiei de comunicare, trebui să fie luate în considerație următoarele aspecte:

- cine este publicul țintă la care dorim să ajungem?
- ce mesaje dorim să transmitem?
- care sunt mijloacele cele mai adecvate pentru mesaj și pentru publicul pe care îl vizăm?
- care sunt obiectivele comunicării?

Mesajele de comunicare pot viza fie publicația (comunicare de produse), fie organizația în ansamblul ei (comunicare instituțională). Aceste două funcții de comunicare trebuie să fie complementare și să folosească cele mai potrivite mijloace pentru a-ți atinge obiectivele.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

3.7. Previziunea vânzărilor

Odată elaborată strategia de marketing, trebuie să facem o previziune asupra vânzărilor publicației.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

4. Planul organizațional

Trebuie să definim cea mai bună și cea mai adecvată formă de editură din perspectiva proiectului. Structura organizațională apare ca instrument de coordonare a activităților și de control al felului cum editura funcționează.

Structura organizațională este de obicei reprezentată sub forma unei organigrame care arată modul cum resursele umane sunt distribuite și gestionate, configurând, în mod „oficial”, canalele de distribuție și de luare a deciziei.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

5. Planul de producție

Programul de vânzări (bazat pe previziunea vânzărilor, după definirea strategiei de marketing) este punctul de plecare pentru întocmirea planului de producție. În funcție de cantitățile pe care ne propunem să le vindem, trebuie determinate cantitățile care vor fi produse, stocurile etc.

În această secțiune, trebuie descris felul în care editura va realiza publicațiile și toate deciziile critice pe care le implică acest proces. Tot aici, se vor estima costurile de producție și costurile pe fiecare unitate vândută.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

6. Planul financiar

Planul financiar este compus din planul de investiții, planul de finanțare, bilanțul inițial, bilanțul previzional, demonstrarea rezultatelor previzionale și bugetul de care dispune.

În această secțiune, trebuie să fie explicate principalele aspecte financiare ale proiectului.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

6.1. Planul de investiții

În această secțiune, trebuie inventariate și evaluate toate activele necesare pentru faza inițială a proiectului. Este important ca inventarul să fie exhaustiv, mai ales pentru că schema de finanțare depinde de planul de investiții și, în cazul în care acesta este subevaluat, ar putea apărea insuficiențe de capital care să amenințe buna desfășurare a proiectului.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

6.2. Demonstrarea rezultatelor așteptate

Demonstrarea rezultatelor este un document care prezintă toate veniturile și cheltuielile editurii pe o perioadă determinată de timp, de obicei un an. Astfel, dacă elaborarea se face în termeni previzionali, este probabil instrumentul cel mai important al PLANULUI AFACERII, întrucât va reflecta rezultatele lichide sperate ale editurii.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

6.3. Bilanțul așteptat

Bilanțul este un document static care prezintă o „fotografie” a situației economice și financiare a editurii la un moment dat, în general la sfârșitul anului.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

6.4. Planul de finanțare

Odată încheiat planul de investiții, trebuie evaluate mijloacele financiare necesare pentru ca proiectul să poată fi implementat, prin elaborarea unui plan de finanțare.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

6.5. Bugetul contabil

Odată identificate costurile și veniturile editurii, trebuie analizate fluxurile de intrare și ieșire a banilor, pentru ca să nu apară rupturi în buget.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

6.6. Analiza rentabilității

6.6.1. Fondul pentru cheltuieli curente și *cash-flow*-ul

Se va prezenta fondul pentru cheltuieli curente, necesar analizării și controlului asupra cash-flow-ului creat de editură.





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

6.6.2. Valoare actuală lichidă, rata internă de rentabilitate și perioada de recuperare a investiției

După determinarea cash-flow-ului, trebuie prezentați câțiva indicatori de rentabilitate ai proiectului, în special, valoarea actuală lichidă (VAL), rata internă de rentabilitate (RIR) și perioada de recuperare a investiției (Payback).





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



MINISTERUL
EDUCAȚIEI
CERCETĂRII
TINERETULUI
ȘI SPORTULUI
OIPOSDRU



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR ȘI A CERCETĂRII
ȘTIINȚIFICE UNIVERSITARE

6.7. Observații

Se vor prezenta comentariile relevante asupra planului financiar, în special asupra valorilor prezentate, o analiză de prognozare a valorii actuale lichide, folosind diverse rate de cost ale capitalului.

