

**SOLUȚII DE CONSOLIDARE
A BRANDULUI CORPORATIV
PRIN
MANAGEMENTUL
RISCURILOR**

**Laurențiu-Mihai
Treapăt**



Prefață

Azi, desfășurarea accelerată a procesului globalizării ridică numeroase probleme de adaptare a firmelor la condițiile mediului extern, caracterizat de o concurență acerbă. În acest sens, managementul se află în fața unor numeroase provocări legate de păstrarea sau obținerea performanței brandului corporativ printr-un management profesionist al riscurilor.

Optimizarea permanentă a proceselor operaționale și găsirea de noi metode de reducere a costului riscului au reprezentat, în opinia noastră, elementele cheie de supraviețuire a companiilor de succes în timpul crizei economice care a început în anul 2008 și, totodată, au fost factorii care au făcut diferența între firme din punctul de vedere al profiturilor realizate. Dacă managementul a apreciat corect cheltuielile și veniturile asociate riscurilor, această etapă a avut ulterior consecințe favorabile asupra îmbunătățirii raportului cost/venituri, în caz contrar, efectele negative asociate pot afecta personalul, calitatea produselor și a serviciilor, deci în final performanța brandului.

Brandurile care beneficiază de un management corespunzător al riscurilor prin metode moderne vor reuși să domine piețele globale. În acest context autorul tratează relația dintre metodele de administrare a riscurilor și sănătatea conceptului de brand corporativ.

Această carte este valoroasă în primul rând pentru studenții masteranzi ai universităților cu profil economic, de afaceri și înrudite cu acestea, care prin intermediul acesteia vor avea posibilitatea să înțeleagă la modul cel mai concret, pe baza unor exemple și studii de caz relația directă dintre managementul riscurilor în companii și calitatea brandului acestora.

Conținutul cărții aduce în fața cititorului o serie de avantaje care nu pot trece neobservate. Un echilibru perfect al resurselor informaționale, determinat de tratarea pe parcursul a 6 capitole a relației pozitive dintre gestiunea corectă a riscurilor în corporații și calitatea brandului. Concluzia este mai mult decât clară. Un management abil al riscurilor într-o companie induce un efect de antrenare pozitiv asupra brandului acesteia.

Soluții clasice din managementul riscurilor conviețuiesc cu tendințe de ultimă oră ale domeniului, fiindcă sunt bine cunoscute din experiența relevantă, de practician și totodată de cercetător a autorului. Relevanța aplicativă a cărții este incontestabilă atât pentru tinerii care studiază, aflându-se încă în universități, dar și pentru profesioniștii la început de carieră, masteranzi, doctoranzi, fie că este vorba de o carieră în vânzări, în zona financiară, fie de orice alt gen de companie, care într-un fel sau altul sunt interesați de relația dintre risc și brandul corporativ.

Profesor universitar dr. Anca Gabriela ILIE

Academia de Studii Economice București

Despre autor



Laurențiu Mihai TREAPĂT

- Doctor în științe economice al Facultății de Finanțe, Asigurări, Bănci și Burse de Valori din cadrul ASE, titlu obținut în 2010 cu specializarea Managementul Riscurilor Bancare și Asigurări;
- Absolvent al Facultății de Finanțe, Credit și Contabilitate din ASE București în 1991;
- Cursuri post-universitare ale Institutului Româno-Francez de Administrarea Întreprinderilor (IROFAI), absolvent al Programului Gestiune Bancară în 1994;
- Cursuri, seminarii și specializări la bănci și instituții financiare de prestigiu din Germania, Italia, Marea Britanie, Irlanda, Austria, Belgia;
- Participant la Conferințe internaționale și naționale, comunicări științifice pe teme de management, administrarea riscurilor, creditare, leadership, combaterea criminalității economico-financiare, dinamica mediului de securitate a Intelligence-ul modern etc;
- Colaborare internațională cu Consiliul Uniunii Europene la Bruxelles, privind livrarea de seminarii pe tema managementului riscurilor în 2012;
- Director executiv și membru în Consiliul de Administrație al unor instituții financiare, practician cu o experiență de 25 de ani în finanțe-bănci, multinaționale și companii private;
- Cadru didactic la SNSPA, autor a numeroase lucrări științifice publicate.