Universitatea Babeş-Bolyai, Cluj-Napoca
Facultatea de Ştiinţe Politice, Administrative şi ale Comunicării
Departamentul de Jurnalism

Anul universitar: 2014/2015

Învățământ la distanță

Semestrul II

Jurnalism economic

2014/2015

I.

Informaţii generale despre curs, seminar, lucrare practică sau laborator

Titlul disciplinei: ***Jurnalism economic***
Codul:
Numărul de credite:
Locul de desfăşurare:
Programarea în orar a activităţilor:

Informaţii despre titularul de curs, seminar, lucrare practică sau laborator

Nume, titlul ştiinţific: Dr. Nistor Viorel,
Informaţii de contact: nistor@fspac.ro
Ore de audienţă:

Descrierea disciplinei:

Cursul îşi propune să trateze un segment al jurnalismului specializat şi anume jurnalismul economic. Într-o societate globalizată, în care domină aspectele economice şi cele de relaționare și interacţionare, comunicarea este un factor esenţial. Jurnalismul economic este parte a acestui proces, iar cursul îşi propune să explice și să sublinieze acest lucru. De asemenea, vor fi luate şi discuţie elementele definitorii ale jurnalismului economic, tematica şi problematica economică pe care o abordează, particularităţile

acestui tip de jurnalism. Vor fi indicate şi descrise sumar câteva din domeniile principale din jurnalismul economic. În aceeaşi măsura, va fi identificat publicul ţintă al mesajului transmis prin intermediul presei economice, ca şi sursele, rolul lor şi tipurile de surse utilizate în acest sector jurnalistic. Cursul impune, pe lîngă însuşirea unor termeni şi concepte economice de bază, efectuarea de aplicaţii practice, cum ar fi documentarea şi redactarea diverselor specii jurnalistice (ştire, material analitic, reportaj, anchetă) cu aplicare în domeniul economic.

Modul de evaluare

Evaluarea are două componete : una teoretică, ce va consta dintr-un examen de testare a acestor cunoştinţe, cu o pondere de 6 puncte din nota finală, şi o componentă practică, concretizată prin efectuarea de către studenţi a mai multor teme, cu o pondere de 3 puncte.

Materiale şi instrumente necesare pentru curs

Suportul de curs va fi distribuit studenţilor pe CD şi print, în format Word, pentru accesare fiind necesar un calculator dotat cu pachetul Windows – office. Ar fi util, pentru diverse aplicaţii, programul Adobe Reader, care poate fi downloadat gratuit de pe internet. De asemenea, pentru o bună comunicare, devine necesară o conexiune la internet, pentru schimb de informaţii prin e-mail.

Bibliografia obligatorie:

Bertrand, Claude-Jean, *O introducere în presa scrisă şi vorbită*, Prefaţă de Claude-Jean Bertrand, Traducere coordonată de Mirela Lazăr, Editura Polirom, Iaşi, 2001

Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass-media*, ediţia a III-a revăzută şi adăugită, Editura Polirom, Iaşi, 2007

Dima, Florin Sebastian, *Plasamente bursiere*, Editura Casa Cărţii de Ştiinţă, Cluj-Napoca, 2005

Keeble, Richard (coordinator), *Presa scrisă. O introducere critică*, Traducere de Oana Da, Editura Polirom, 2009

Tarța, Monica, Tașnadi, Alexandru, *Jurnalism economic și publicitate, Vol. 1 Jurnalism economic*, Editura ASE, București, 2006

Ungurean, Pavel V., *Bănci, burse şi profit pe piaţa financiară* (Instituţii şi fonduri financiare), Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2007

Site-ografie

www.mfinante.ro, www.cdep.ro, www.avocatnet.ro, http://www.wall-street.ro, http://www.scribd.com/doc/15097758/Bugetul-de-stat

www.kmarket.ro, www.interdealer.ro, www.bvb.ro, www.ktd.ro

II. Suport de curs

Cuprins

Modul 1

2.1. Introducere în jurnalismul economic

2.2. Specificul informației economice

2.3. Caracteristicile jurnalismului economic

2.4. Sursele de informații economice

2.5. Principalele domenii ale jurnalismului economic

Modul 2

2.6. Sistemul bancar. Banca Naţională a României şi băncile comerciale

2.7. Bugetul de stat

2.8. Societatea comercială. Inflaţia şi şomajul.

2.9. Economia subterană. Spălarea banilor

2.10. Piaţa de capital

2.11. Impozitul. Produsul intern brut

Modul 3

2.12. Tipuri de subiecte, tipuri de conţinut

2.13. Redactarea articolului economic (I)

2.14. Redactarea articolului economic (II)

Modul 1

Introducere în jurnalismul economic

Scopul modulului este de a familiarize studenţii cu un tip de jurnalism specializat, jurnalismul economic, a-i introduce în acest domeniu particular al jurnalismului. Prin parcurgerea acestui modul, studentul va afla care sunt primii paşii pe care îi are de făcut, care sunt particularităţile jurnalismului economic şi domeniile principale de acţiune ale acestuia.

Obiectivele modulului: la sfârşitul modului, studentul va şti:

- care este locul jurnalismului economic în concertul general al presei

- care este locul jurnalistului de acest profil printre ceilaţi jurnalişti, generalişti sau specializaţi.

- condiţiile pe care le are de îndeplinit un jurnalist obişnuit pentru a se specializa în acest domeniu

- care este modul de abordare specific, diferit de al jurnalistului generalist, al jurnalistului economic

- care pot să fie sursele de informare şi ce caracteristici au acestea

- care sunt domeniile, ramurile, pieţele, zonele rconomice predilecte de unde jurnaliştii economici îşi iau subiectele

UNITATE 1

2.1. Introducere în jurnalismul economic

Jurnaliştii care activează în domeniul economic abordează o arie extinsă de subiecte, de la prezentarea de produse cu diverse particularităţi, până la profilul unor lideri mondiali de piaţă, de la prezentarea unor firme mici, a unor rezultatele trimestriale ale firmelor, până la date fundamentale privind economia naţională, economiile altor ţări

sau economia mondială. La articolele strict informative, jurnaliştii adaugă diverse alte materiale publicistice, cum ar fi editoriale, comentarii şi analize, prezintând atât opinii proprii, cât şi ale altor specialişti. Toată această muncă, deosebită de alte tipuri de jurnalism, presupune un efort substanţial, ce impune însuşirea unor cunoştinţe solide din domeniul economic. Regula în jurnalistică este că orice jurnalist, în principiu, poate să scrie despre orice subiect, fără a avea nevoie de pregătire specială. Mai concret, reporterul care scrie despre domeniul politic, administraţie sau social, tot el, la nevoie, poate face şi reportaj sau investigaţie jurnalistică. În ce măsură este valabil acest principiu pentru jurnalismul economic? E absolute necesar ca jurnalistul economic să aibă pregătire de specialitate?

În aceste răspunsuri stă o parte din esenţa meseriei de ziarist: despre orice subiect ar scrie ziaristul, nu este obligatoriu să fie de specialitate, nici în drept dacă scrie despre justiţie, nici în administraţie dacă scrie despre acest domeniu, nici economist, dacă practică jurnalismul economic. El poate să scrie despre orice, se poate specializa oricând într-un domeniu sau specie anume. Deosebirea este că specializarea în jurnalismul economic este mai specifică şi vom arăta în ce fel.

O primă deosebire ţine de **limbaj**. Prin natura lucrurilor, textul jurnalistic în acest caz este mai tehnic, presupune utilizarea mai multor termeni economici, folosirea de concepte şi noţiuni care nu ţin de uzul comun. Jurnalistul îndeplineşte în acest caz două roluri la fel de importante:

- în primul rând, el trebuie să-şi însuşească suficient de bine limbajul specific, să înţeleagă corect fenomenele şi procesele economice despre care scrie (nu întotdeauna foarte uşor de înţeles);
- în al doilea rând, jurnalistul trebuie să accesibilizeze informaţia, să o „traducă" în termeni accesibili inclusiv celor care nu sunt specialişti. Aşadar, presa economică nu este una de tip exclusivist, elitist, scrisă de specialişti pentru specialişti.

Este, în cel mai rău caz, o presă de nişă, scrisă de jurnalişti obişnuiţi, cu o specializare uşoară în domeniul economico-financiar, pentru un public cât mai numeros, pentru un public cu interese sau pentru un public cu un apetit mai sporit pentru acest domeniu. Unii tineri jurnalişti se simt inhibaţi în pragul optării pentru o astfel de specializare din cauza lipsei unei pregătiri fundamentale în domeniu, pe care o simt ca pe

un handicap insurmontabil. Însă tocmai acest handicap poate fi transformat în atu: el poate transpune subiectele despre care scrie la un alt nivel de accesiblitate decât un specialist, un economist/finanţist/contabil veritabil.

O altă diferenţă a jurnalismului economic ţine de **conţinut şi de modul de documentare**. Materialele economice vor fi întotdeauna mai încărcate de date şi de cifre, conţinut care trebuie corect gestionat pentru a nu speria cititorul şi a-l aglomera cu prea multe informaţii de acest fel. Aşa cum se ştie, mediul economic este unul concurenţial, în care informaţia corectă sau incorectă poate avea un efect amplicat. Din acest motiv, documentarea cere o anume exigenţă şi rigoarea de la care nu e bine să te abaţi. Sursele iarăşi sunt deosebite faţă de alte specii jurnalistice, pornind de la cele de natură statistică şi ajungând la lideri de companii extrem de bine plasaţi, la nivel naţional sau internaţional.

Nici **publicu**l nu este cel obişnuit pentru o oarecare instituţie de presă. Aşa cum s-a arătat, e vorba totuşi de un public cu un anume interes pentru afaceri, oameni implicaţi direct sau indirect în diferite business-uri, mediul de afaceri în general. La aceştia se adaugă o anume parte din publicul larg care citeşte presa economică, mai mult sau mai puţin sistematic, pentru a satisface diferite interese punctuale, din instinct intelectual sau din pură curiozitate.

Deşi nu este regula, e posibil totuşi ca jurnaliştii economici şi financiari să aibă pregătirea de bază chiar în domeniul economic, urmând – complementar, în măsura în care au înclinaţii şi aptitudini – cursuri de jurnalism. Este mai ales cazul publicaţiilor specializate pe probleme economice şi financiare, unde se impun, într-adevăr, cunoştinţe aprofundate în domeniu.

UNITATE 2

2.2. Specificul informației economice

Exemplu: *Doi jurnaliști de la același grup de presă asistă la ceremonia de lansare a unui festival de teatru. Primul scrie un articol care arată originalitatea inițiativei și prezintă programul, al doilea, în schimb, scrie despre costul festivalului și, bazându-se pe previziunile rețetei pe termen scurt și lung, subliniază rentabilitatea proiectului.*
Cine scrie articol economic este clar, cel dea-l doilea jurnalist, pentru că vrea să arate implicațiile economice ale festivalului de teatru: cost, previziuni, rentabilitate.

1.1. Definiția informației jurnalistice

Informația este o serie de date mai mult sau mai puțin precise despre un subiect. Aceasta este căutată de toată lumea, oricare fie persoana, domeniul de activitate, scopul vizat. În jurnalism, informația are un dublu sens. Ea desemnează mai întâi una din informațiile deținute de o sursă dată și la care jurnalistul vrea să aibă acces, ținând cont de interesul pe care îl prezintă pentru instituția sa sau pentru public. Este informația așa-zis brută, materia primă asupra căruia se exercită munca de jurnalist. Apoi, cuvântul informație se folosește pentru a se aplica tot timpul la o „serie de date", dar prelucrate de jurnalist și difuzate de media. Aceste informații se referă la diverse domenii ale cunoașterii: cultură, sănătate, mediu, politică, TIC, fapt divers etc. In funcție de domeniul de specialitate ales, jurnalistul este calificat ca și cultural, de mediu, politic sau economic etc.

1.2. Definiția și tipologia informației economice

a)Definiție

Pentru a înțelege mai bine ce este informația economică, trebuie mai întâi să știm ceea ce este **economia**.

Aceasta este *„știința care are ca obiect de cunoaștere fenomenele ce privesc producția, distribuirea și consumul resurselor, a bunurilor materiale dintr-o societate"*,

este *„ansamblul faptelor ce privesc producția, distribuşia şi consumul bogăţiilor dintr-o colectivitate”*.

Informația este numită economică atunci când se referă la „producția, distribuția și/sau consumul avuției unui popor”. Ea mai este numită economică când, colectată, prelucrată și difuzată după normele jurnalistice, ea informează publicul despre evoluția activității agenților economici, despre efectele și problemele economice ale diverselor decizii, despre producție, distribuție și consumul resurselor, despre bunuri și servicii.

Exemple:

- *Bugetul general de stat în exercițiu, votat de parlament, acuză o creştere de aprox. 8% față de cel în curs*
- *Cursul aurului*

b) Tipologia informațiilor economice

Diversitatea rubricilor şi a informațiilor arată că economia este un domeniu de cunoaştere destul de vast, așa cum atestă componentele sale: producția, distribuția și consumul.

Pentru a stabili tipologia informațiilor economice se pot lua în calcul mai multe criterii, din care sectorul sau tipul de activități ca și nivelul de ierarhizare al economiei.

*După sectorul sau tipul de activ*itate, pot fi:

- Informații agricole (agricultura și șeptel etc.)
- Informații industriale (despre viața industrială)
- Informații comerciale (ex. Evoluția cursului materiilor prime pe piețele internaționale)

După nivelul ierarhizării economiei, informațiiile şi datele pot fi:

- **Macroeconomice** (venituri, investiții, consum, rata șomajului) :

Macroeconomie: parte a ştiinţei economice care îşi propune să explice relaţiile între părţile unei economii ţinând cont de evoluţiile economice globale

- **Microeconomice** (comportament, producția și consumul agenților economici)

Microeconomie: ramură a ştiinţei economice ce studiază comportamentul individiual al agenţilor economici

Aceste date pot fi furnizate de către diverşi agenţi economici.
Informațiile economice regrupate în acest fel dau caracteristica articolului sau a emisiunii economice.

Ce trebuie să ştie jurnalistul economic şi care sunt primii paşi ai iniţierii lui?

Primul pas ar fi să-şi însuşească noţiunile şi **conceptele economice de bază** cu care urmează să opereze. Deşi pare complicat şi sună pretenţios, este o condiţie accesibilă fiecărui jurnalist preocupat, cu atât mai mult cu cât unele din aceste noţiuni ţin de cultura generală. Nu e atât de pretenţios să ştii care e diferenţa dintre o societate pe acţiuni (SA) faţă de o societate cu răspundere limitată (SRL) sau dintre acţiuni şi părţi sociale. De asemenea, e obligatoriu de ştiut ce este aceea o societate de investiţii sau un fond mutual, ce este piaţa de capital, cum se face o tranzacţie bursieră, alte chestiuni legate de bugete, impozite, taxe, etc. Pentru aceasta e suficient să se parcurgă un curs de introducere în economie, un curs de jurnalism economic, cursuri de tip iniţiere sau manual, studiate toate intr-o formulă autodidactică.

Noțiuni fundamentale de economie:

Producția: Modul de producție este format din forțele de producție și relațiile sociale de producție.

- Forțele de producție sunt formate din materia primă, mijloacele de muncă și condițiile de producție
- Relațiile de producție sunt relațiile pe care oamenii le au între ei într-un mod de producție dat
- Rezultatul acestei acțiuni este bunul produs, cantitatea produsă, *producția unei întreprinderi*.
- *Ex.: Ansamblul aspectelor tehnice legate de un câmp de petrol*

Distribuția:

1. Acțiunea de a distribui, de a repartiza între persoane. Distruirea produselor alimentare

2. Ansamblul operațiunilor prin care produsele și serviciile sunt repartizate între consumatori într-un cadru național

3. Procedura care reglează prețul de vânzare al bunurilor debitorilor în profitul creditorilor, în caz de vânzare forțată sau amiabilă.

Consumul:

Acțiunea de a consuma, de a face uz (folosi) de ceva

- *Societate de consum*: societatea unei țări industriale avansate care creează fără încetare nevoi artificiale
- Ceea ce este consumat (într-o cafea etc.), băutura. A reînnoi consumațiile oră de oră (diferite sectoare de activitate).

Un al doilea pas concret de iniţiere ar fi revizuirea noţiunilor de **matematică** şi nu atât cele de matematici superioare, cât mai ales cele de matematică elementară. Înafară de acestea, sunt utile câteva cunoştinţe de bază de statistică, pentru a putea înţelege o medie aritmetică ponderată, şi cunoştinţe legate de calculul procentual, pentru a înţelege rezultatele unui sondaj sau nivelul unei rate a profitului. Ca un element de sprijin, de reţinut că sunt disponibile – mai ales online – multe resurse ce vizează în mod special noţiunile matematice cu care operează jurnaliştii economici. În mod similar, cursurile specializate cuprind noţiuni introductive de matematică pentru jurnaliştii economici.

O altă condiţie pentru jurnalistul care doreşte să abordeze jurnalimul economic este de a **citi şi aprofunda presa economică**. Exerciţiul e folositor pentru familiarizare cu domeniul şi cu limbajul, pentru a observa tematica, modul de abordare, frecvenţa unor teme, dimensiunea materialelor, etc. E util dacă se studiază presa internaţională de prestigiu, fie că e Financial Time sau The Economist, fie că este Wall Street Journal, La Tribune sau că vorbim de presa autohtonă de profil: Ziarul Financiar, Capital, Bursa, Business Standard, Săptămâna Financiară, Monney Express şi altele.

Pasul următor ar fi o **documentare** corespunzătoare, mai ales pentru un domeniu nou. Redactarea unui articol economic sau financiar implică un volum mai mare de muncă de documentare, de cercetare, decât un articol obişnuit de ştiri: jurnalistul trebuie să citească cât mai mult despre compania, ramura. industria, persoana, produsul, etc despre care scrie. Dacă există neclarităţi cu privire la un anumit aspect, acesta va fi eliminat din articol, după ce s-au făcut toate eforturile pentru elucidarea lui.

UNITATE 3

2.3. Caracteristicile jurnalismului economic

Din mai multe puncte de vedere, materialul jurnalistic de factură economică se aseamană cu articolul scris pe un subiect general: este real şi corect scris, este obiectiv, bine documentat, îndeplineşte condiţiile de concizie şi precizie care se cer oricărui material de calitate, respectă, cu alte cuvinte, toarte normele deontologice cerute.

Caracteristici comune

a)Toate articolele de presă sau emisiunile audiovizuale de natură economică poartă amprenta unui jurnalist

Ca și alte producții mediatice, articole de presă sau emisiuni economice sunt redactate/realizate de un jurnalist. Mai puțin important dacă acesta din urmă este un universitar, un operator economic, un expert contabil, un filosof etc. Din această caracteristică esențială decurg toate celelalte.

b) Toată producția mediatică de natură economică vizează trei obiective:

- Un obiectiv cognitiv: este un obiectiv principal căci este vorba de a informa publicul (sau a spori nivelul său de cunoștințe) într-un mod corect și onest despre economie
- Un obiectiv afectiv: este primul obiectiv secundar care consistă în a suscita interesul crescut al publicului pentru subiecte economice
- Un obiectiv conativ: a conduce publicul să contribuie la o mai bună animație a vieții economice (în acest fel, jurnalistul contribuie indirect la atingerea celui de-al doilea obiectiv secundar)

c) Toată producția mediatică de natură economică este rezultatul datelor brute colectate de la diverse surse, tratate și publicate după regulile profesionale

Caracteristici și exigențe specifice

Faţă de aceste exigenţe comune, jurnalismul economic prezintă câteva particularităţi demne de a fi reţinute.

Articolul sau emisiunea economică se distinge prin:

a)Obiectul şi modul său de tratare

Obiectul aici este materia economică. Este vorba de ansamblul de domenii sau subiecte care acoperă economia. Există domenii sau sectoare de activitate care funcționează clar ca economice: bănci, transporturi, bursa, comerțul, hoteluri și restaurante, turismul, agricultura etc.

Pe de altă parte, alte domenii par mai puțin economice: sănătate, cultură, mediu și ecologie, politicul etc. Și totuși, se pot identifica probleme și implicații economice ale unor subiecte non economice

b) Jargonul economic

Este unul dintre semnele distinctive ale articolelor şi emisiunilor economice care sunt presărați cu termeni și sigle precum rata de creștere, PIB (Produs Intern Brut), balanța de plăți, balanța comercială etc. O întreagă nomenclatură puțin accesibilă publicului, dar pe care jurnalistul nu le poate ocoli.

c) Folosirea datelor statistice

Este evident că folosirea statisticii este mai frecventă în jurnalismul economic decât în alte forme de jurnalisme. Aceasta se explică foarte ușor prin puternica dependență a economiei de știința matematică, căreia îi împrumută tehnici și instrumente de analiză a realității, trecând prin formule, date şi cifre. Veritabile sinteze, statisticile permit cuantificarea, precizarea și sesizarea în timp scurt și în puține cuvinte a unor fapte care altfel ar fi mai dificil de înțeles.

Exemplu: Evoluția PIB a unei populații sau indici de dezvoltare umană durabilă.

Jurnalistul poate el însuși să găsească statistici grație analizei informațiilor deschise, la fel cum poate obține date şi cifre de la diverse surse.

Pentru materialele economice, datele statistice şi cifrele în general au o importanţă capitală. E de neconceput un articol despre o societate, despre o ramură, despre un produs sau despre un manager în care să nu specifice nici o cifră de referinţă, nici o dată orientativă. Date privind cifra de afaceri, date referitoare la valoarea sau preţ, cifre ce privesc experienţa sau locul într-un anumit top sunt inevitabile în cea mai neînsemnată

ştire economică. Dar îndeosebi, orice articol de acest fel stă sub semnul lui *cât*, întrebarea cheie, nelipsită din niciun context. Căci fie că e vorba de o nouă societate, de un produs nou, despre rezultate financiare sau despre profit ori pierderi, orice finalitate conduce către acelaşi răspuns: cât câştigă, cât pierde, cât costă, acesta fiind, de altfel, şi raţiunea oricărui business. Iar locul comun al tuturor acestor subiecte sunt banii. Un jurnalist economic va pune întotdeauna întrebări legate de bani, costuri, cheltuieli, preţuri. Răspunsurile nu vin întotdeauna de la sine şi nu sunt disponibile pentru publicul larg, iar pentru a le obţine va trebui chiar să investigheze, să caute, să aprofundeze.

d) Perspectiva pe care o oferă jurnalistul asupra subiectului tratat.

În general, într-un domeniu ca acesta, punctele de vedere, perspectivele din care poate fi privită o afacere, o temă, o problemă economică, modurile de abordare sunt variate şi multiple, astfel încât jurnalistul are de ales. Interesul specific şi perspectiva specializată se văd cel mai bine într-un exemplu. Astfel, într.un proiect de construire a unor locuinţe subvenţionate de stat; jurnalistul generalist va scrie un articol general, de informare asupra acestui subiect, interesat fiind în primul rând de numărul apartamentelor ce urmează a fi date în folosinţă, când se va produce aceasta, de criteriile de selecţie a viitorilor chiriaşi, de nivelul al chiriei, de sprijinul sau opoziţia diverselor grupuri de interese. Jurnalistul economic va dori să afle, în primul rând, informaţii mai detaliate despre costurile globale şi unitare ale construcţiei si ponderea subvenţiei statului, despre contractul de execuţie a construcţiei, firma de construcţii executantă şi furnizori, precum şi despre criteriile selectării acestora. În plus, va dori să ştie numărul de angajaţi implicaţi în proiect, sursele de provenienţă a fondurilor necesare, şi, nu în ultimul rând, costurile şi beneficiile pentru toţi cei care ar putea fi afectaţi de realizarea proiectului. Asemenea date există, se pot procura şi pot să apară în orice articol, dar, de regulă, articolele cu caracter informativ omit apariţia acestor elemente, şi, mai ales, a cifrelor şi datelor statistice, concentrându-se asupra informaţiilor pe care doreşte să le afle cititorul de rând. La urma urmei, tocmai pentru furnizarea acestui tip de date şi informaţii există jurnalismul economic, pentru a aborda şi consolida subiectul respectiv din perspectivă economică.

e) *Folosirea surselor de informare*

O primă remarcă priveşte varietatea şi multitudinea acestor surse, din care decurge necesitatea selectării lor. Principiile după care s-ar face selectarea acestor surse ţine de nivelul de încredere pe care îl inspiră şi de nivelul de informare şi de acces la informaţii al sursei. De aici decurge că orice jurnalist economic (şi aşa trebuie să fie) îşi doreşte să folosească ca şi sursă de informare liderii, persoanele plasate în nivelurile de vârf ale ierarhiei instituţiei în cauză. Acestea sunt persoanele cu cel mai bun acces la informaţie, sunt factorii decidenţi într-o instituţie şi sunt persoanele cu cel mai mare grad de încredere.

Ceilalţi angajaţi, posibile surse, responsabilii cu "cifrele" sunt şi ei o sursă foarte valoroasă, deoarece sunt cei mai în măsură să ofere informaţii si să explice o serie de chestiuni legate de bilanţul contabil, contul de profit şi pierderi, bugetele de venituri şi cheltieli, sau alte raportări financiare. Mai mult decât atât, pentru că lucrează cu date publice, dar şi de dragul acurateţii şi rigurozităţii, aceştia sunt adesea dispuşi să coopereze, poate mai mult decât alte categorii de angajaţi. Se întâmplă adesea ca atunci când doresc să discute cu managerul general al unei companii, jurnaliştii să fie direcţionaţi către departamentul de relaţii publice sau către biroul de presă, neputând cu nici un chip să ajungă mai departe. De reţinut că există totuşi situaţii, în care singura persoana avizată, în măsură să ofere anumite informaţii, este directorul general al companiei. De multe ori reuşita în obţinerea unui interviu cu managerul ţine de reputaţia, tenacitatea, puterea de convingere şi chiar originalitatea jurnalistului, şi face, în ultimă instanţă, parte din meseria sa. De aceea, jurnaliştii economici trebuie să facă eforturi – atât în mod oficial cât şi neoficial – pentru a intra în contact cu lideri de companii, dar şi cu reprezentanţi ai mediului de afaceri, şi de a cultiva aceste relaţii. Acestea sunt cele mai importante surse, fiind în măsură să comunice nu doar ştiri de ultimă oră, ci şi explicaţii, perspective, posibile evoluţii, şi, nu în ultimul rând, recomandări în domeniul economic.

f) Spiritul de iniţiativă, mobilitatea, incisivitatea

Asta înseamnă că jurnalistul nu aşteaptă să-i vină subiectele gata făcute în redacţie, într-un comunicat sau într-o conferinţă de presă. El trebuie să vină în întâmpinarea acestor subiecte, să le caute, să investigheze, să se afle în contact permanent cu mediul de afaceri în care să-şi creeze surse solide şi sigure. De multe ori, comunicatul de presă sau conferinţa de presă pe un anumit subiect constituie doar prilejul pentru un

articol de o altă perspectivă sau profunzime. De menţionat că în jurnalismul economic, arareori un subiect se epuizează, pentru a nu mai avea ce să adaugi sau cu ce să revii. Există subiecte perpetui care trebuie urmărite sistematic, asupra cărora trebuie revenit, insistat, comparat, analizat.

Exemplu**:** *dacă se scrie un articol despre inflaţie şi şomaj, acest subiect prezintă interes în orice situaţie: dacă cresc, se consemnează acest lucru ca fapt semnificativ din punct de vedere economic; dacă scad este la fel de important şi semnificativ şi trebuie consemnat; dacă rămân constante, iarăşi e un fapt de presă notabil cu implicaţii economice majore. Desigur că, vorbind de cele două fenomene economice, ele nu pot creşte sau scădea în acelaşi timp, fiind invers proporţionale*.

UNITATE 4

2.4. Sursele de informații economice

Tipologia surselor

Se pot distinge mai multe tipuri de surse după natura și suportul acestora.

a)După natura surselor

- **Sursele oficiale**: este vorba de ansamblul instituțiilor publice cu fundament constituțional, sursele guvernamentale (președinția, ministerele), sursele parlamentare, sursele judiciare și sursele administrative.
- **Sursele neoficiale**: sunt considerate instituțiile și organismele internaționale (FMI, Banca Mondială), operatorii economici privați și diferitele lor asociații, organizațiile societății civile, școli, universități, institute, economiști etc.

b) După suport

- **Sursele materiale** (scrise): prezentate pe suport de material, acestea pot fi studii, rapoarte, ziare, reviste, reviste științifice, hotărâri și decizii administrative, rapoarte financiare, bugete, memorii etc. De exemplu, rapoartele rapoartele Comisiilor de anchetă parlamentare pe diferite filiere economice constituie adevărate mine de informații prețioase pentru jurnaliști.
- **Sursele umane (orale):** acestea furnizează informații în mod verbal. Accesul se face prin întreținere verbală directă, ascultarea sau urmărirea emisiunilor de audiovizual (dezbateri radiodifuzate, mărturii etc.). De exemplu, urmărirea unui interviu acordat unui lanț de televiziune de către ministrul de interne – o personalitate care nu este ușor de intâlnit pentru un interviu – despre starea economiei poate furniza jurnalistului informații despre economia națională care ar cere cel puțin o lună de muncă.

c) După conținutul informațiilor

- Surse care furnizează date macroeconimice al căror principali indicatori sunt PIB, PNB (produsul național brut, rata de creștere etc.

- Surse care furnizează date despre piața financiară și situația monetară: configurarea sectorului bancar, structura micro finanțelor, cursul monetar, dobânda etc.
- Surse care furnizează date, pe de-o parte, despre activitatea economică cotidiană din punctul de vedere al producției, a distribuției și al consumului de bunuri și servii, pe de altă parte, despre intercațiunile diverșilor actori din câmpul economic.

Gestionarea surselor de informații

Nu este suficient să cunoști diverse surse de informații; trebuie, în plus, să știi să le girezi. Gestionarea trece prin trei etape care se suprapun: elaborarea unei partofoliu de surse utile, utilizarea surselor și întreținerea acestora.

a) Constituirea portofoliului

Se face pe bază de criterii precise: interesul pe care în prezintă sursa pentru jurnalist; centrele de interes ale sursei (tematica asupra căreia ea poate furniza informații, facilitatea de contact cu sursa etc.

Instrumentul cel mai utilizat la acest nivel este carnetul de adrese care cuprinde, în ordine alfabetică, numele și adresa de contact a surselor. Se poate face de asemenea un carnet tematic de adrese care prezintă, pe teme și în ordine alfabetică în interiorul fiecărei teme („femei operatori economici", „corduri de parteneriat economic", „integrare regionale" etc.) sursele ce urmează a fi contactate. Jurnalistul economic poate să cumpere câteva clasoare, clasificate după un criteriu tematic și aranjate nu doar după contactele sursei, ci și după diverse documente.

b) Utilizarea surselor

A doua fază este utilizarea surselor care, pentru că jurnalistul este foarte grăbit, neglijent etc. nu trebuie să pună în pericol sau să complice munca de clasificare a datelor recomandată în etapa precedentă. A folosi înseamnă a ști să alegi sursele spunându-și, ca

și jurnalist, că nu poți garanta fiabilitatea unei informații obținută dintr-o singură sursă. Dimpotrivă, trebuie controlată și verificată, în măsura posibilului, prin mai multe surse.

c) Întreținerea surselor

În privința celei de-a treia faze, adică întreținerea, aceasta consistă din optimizarea utlizării surselor prin trei operații: a facilita accesul jurnalistului la baza de date (carnetul de adrese trebuie să fie purtat asupra sa, fișierul cu adrese trebuie să fie accesibil în toate calculatoarele redacției etc.); îmbogățirea carnetului sau fișierului de adrese (introducând contacte noi), apoi actualizarea (producând modificările necesare, după ce sursele și-au schimbat numele, contactele)

Dar, a întreține sursele înseamnă și a ști să păstrezi foarte bune relații cu acestea. Fiecare instituție de presă sau fiecare jurnalist are tehnica sa în această privință. Totuși, surselor le place în general să lege relații soide și durabile cu jurnaliști sau instituții care fac probă de:

- Profesionalism: credibilitatea instituției de presă sau a jurnalistului depind de calitatea informațiilor pe care le difuzează și de gradul său de respect față de Codul deontologic
- Curtoazie: jurnalistul trebuie să-și respecte sursele, oricare ar fi rasa, etnia, clasa socială, religia, partidul politic sau sexul, punctele de vedere ale acestora din urmă
- Solicitudinea: nimic nu împiedică instituția de presă să sune din timp în timp să salute o sursă, s-o întrebe de sănătate, să-i facă urări la sfârșit de an etc.

Dacă aceste precauții sunt comune jurnaliștilor, ele sunt și mai mult cerute jurnaliștilor economici. Două motive justifică această stare de lucruri. Pe de-o parte, este vorba aici de o materie sensibilă – economia – unde cea mai mică eroare poate să fie fatală unui sector de activitate. Pe de altă parte, reticențele surselor sunt foarte puternice, informațiile economice având un cost de colectare mai ridicat decât cele de informare generală. Dar exigențele sunt tot atât de puternice în materie de tehnică redacțională.

UNITATE 5

2.5. Principalele domenii ale jurnalismului economic

De unde şi cum apar subiecte este o întrebare de căpătâi a jurnalistului economic. În principiu, subiecte pot să apară în orice domeniu al economicilui, practic, ele au o mai mare densitate într-o anumită zonă sau apar mai rar în alte sectoare. Se poate face chiar o ierarhizare a domeniilor în funcţie de importanţa şi interesul pe care presa li-l acordă. Această trecere în revistă a ramurilor mai atractive sau mai puţin atractive din punctul de vedere al jurnalismului economic măreşte atenţia şi vigilenţa jurnaliştilor aflaţi mereu la pândă.

Băncile şi pieţele financiare este unul din cele mai des abordate de către jurnaliştii economici. Într-o societate de tip capitalist, bazată pe bani şi pe circulaţia capitalurilor, instituţiile bancare sunt printre cele mai importante. Din acest motiv, cetăţenii (cititorii) trebuie să fie informaţi în permanenţă asupra situaţiei băncilor: Ce volum de fonduri sub formă de depozite are banca, care este portofoliul de credite ale băncii, ce volum total şi ce tipuri de credite se acordă sunt câteva din probleme de care cititorii sunt interesaţi în permanenţă. De asemenea, ei mai vor să ştie ce alte active deţine banca, care sunt ratele dobânzilor percepute la credite şi plătite la depozite, dacă şi ce produse noi mai oferă banca. Multe din aceste informaţii sunt disponibile la Banca Naţională sau la alte organisme cu rol de supraveghere şi control al activităţii băncilor comerciale.

Nivelul de transparenţă al acestor informaţii strategice, de politică bancară, este unul relativ sporit, cu excepţia contractelor propriu-zise de creditare, unde încă persistă obscurităţi în politica de dobânzi, comisioane şi taxe. Multe informaţii utile se pot lua de pe site-urile acestor instituţii, iar pentru cele listate la bursele de valori, sursele cele mai bune de informare pot să fie chiar site-rile burselor, unde instituţiile cotate sunt obligate să respecte condiţiile de transparenţă, făcând în mod legal publice toate informaţiile ce ar putea interesa un cititor/investitor.

De fapt, tocmai nivelul de transparentizare face diferenţa dintre societăţile deschise (publice) cotate la bursă şi societăţile închise, necotate. În general, instituţiile bancare din lumea marelui capital sunt listate la una sau mai multe burse din lume. Însă universal financiar, al pieţelor financiare şi de capital, este mult mai vast, mai dinamic şi mai atractiv, începând de la bursele de valori şi diferitele fonduri de investiţii, până la investitorii instituţionali, cum sunt societăţile de asigurări şi casele de pensii. Această parte fascinantă a universului nu ţine de interesul exclusiv al publicaţiilor specializate pe probleme financiare.

Este adevărat că în astfel de publicaţii, cei interesaţi pot găsi zilnic informaţii detaliate referitoare la cursuri şi evoluţia acestora, la principalele tranzacţii şi volumul acestora, dar şi analize şi comentarii de specialitate. Aceasta nu împiedică totuşi publicaţiile cu caracter generalist să consemneze evenimentele notabile ale lumii financiare: o achiziţie sau o preluare foarte importantă, prezentarea unui fond de investiţii, falimentul unei societăţi de asigurări, un nivel record al tranzacţiilor bursiere etc. Deosebirea este că toate aceste evenimente vor fi tratate şi relatate într-un mod mai puţin specific şi într-un limbaj mai accesibil cititorului de rând, cu eventuale explicaţii suplimenatre şi cu un glosar de termeni corect explicaţi.

De exemplu: un fapt precum privatizarea Băncii Comerciale Române (BCR), cea mai mare care s-a făcut vreodată în România, nu va putea trece fără a fi mediatizată de către presa generalistă de mare tiraj. Modul de tratare şi mai ales detaliile care vor fi reţinute vor fi diferite faţă de presa economică.

Piaţa imobiliară, ca teatru al diverselor tranzacţii imobiliare, va stârni întotdeauna interes şi va apărea în jurnalele de ştiri. Articolele pe teme imobiliare, frecvente şi în ziarele de specialitate, acoperă o arie largă de interese şi tematici, de la tranzacţii de mare anvergură sau impact social, tranzacţii foarte scumpe sau foarte avantajoase, la speculaţii şi chiar scandaluri legate de tranzacţii ilegale.

Pentru a putea informa corect şi la timp în acest domeniu, jurnalistul trebuie să fie bine informat, să cunoască perfect legislaţia, modul de taxare şi impozitare, să aibă elemente de piaţă la zi, să aibe surse care să-i furnizeze ponturi. Însă pontul sau zvonul pe

care-l obţine este doar punctul de plecare, în continuare calitatea articolului va depinde de modul în care jurnalistul îşi face meseria, căutând activ informaţii şi perfectând detaliile.

Piaţa comercializării şi distribuţiei

Fiind domeniul cel mai extins, prin numărul şi varietatea firmelor şi activităţilor, procură şi cele mai multe subiecte pentru mass-media de profil. Dinamica acestora este un indicator al dezvoltării economice şi al mobilităţii sociale dintr-o societate. Plaja de cuprindere se intinde de la diverse magazine (de la hypermarket-uri, la magazine de cartier), la cele de electronice, electrocasnice sau alimentare, de la firme de prestări servicii până la elementarele magazine de pâine, o gamă exhaustivă de bunuri şi servicii în care sunt cuprinşi majoritatea oamenilor.

Cel mai simplu tip de articol întâlnit în această categrorie este acela în care se vorbeşte despre deschiderea viitoare a unui nou magazin sau lanţ de magazine, a unei noi unităţi de distribuţie sau de prestări servicii. Aceste articole stârnesc un interes imediat şi au impact asupra publicului mai ales atunci când jurnalistul obţine şi prezintă informaţia în premieră. Totuşi, acestea rămân cele mai simpliste şi mai puţin interesante articole de gen. Cu toate acestea, e vorba despre o simplitate doar în ceea ce-l priveşte pe cititor. Pentru jurnalist, asigurarea acurateţii informaţiilor şi acoperirea cât mai completă a subiectului presupun nu doar utilizarea unor variate surse, dar şi analiza pieţei şi concurenţei în zona respectivă.

O altă categorie de materiale din aceste domeniu sunt cele care exprimă o tendinţă în ce priveşte un segment al pieţei sau piaţa întreagă, un produs, o firmă, o modă. Pot fi articole analitice, informative sau editoariale şi exprimă tendinţe, evoluţiie sau informaţii de mare interes pentru o masă importantă de consumatori.

De asemenea, sunt de interes articolele despre diverse procese ale firmelor, diferende de plati, incapacitate de plată sau insolvabilitate, dificultăţi financiare sau chiar situaţii de faliment. Informaţiile de acest gen sunt de cel mai mare impact, dar sunt şi cel mai greu de obţinut şi asta nu se poate face fără ca jurnalistul să aibă surse bine plasate.

***Exemplu**: Jurnaliştii buni de economic îşi cumpără (uneori din resurse proprii) un pachet simbolic de acţiuni la diverse societăţi listate la bursă pentru a putea spiona,*

adică a avea posibilitatea legală de a participa personal la AGA (Adunarea generală a Acţionarilor) pentru a fi la curent, cu informaţii de primă mână, despre mersul societăţii. Nelipsite sunt şi acele materiale ce anunţă deschiderea sezonului de sărbători sau oferte speciale, reduceri de preţuri, etc.

Piaţa tehnologiei

Articolele ce vizează cuceriri ale ştiinţei şi tehnologiei, inovaţii şi tendinţe tehnologice nu sunt uşor de scris, presupunând o bună stăpânire (cel puţin la nivel elementar) a domeniului în cauză. La redactarea unui articol pe o temă de tehnologie, trebuie avut în vedere:

- Se va descrie detaliat diferenţa dintre vechea şi noua tehnologie, insistându-se pe elementele inovatoare ale noii tehnologii
- Se va încerca estimarea costurile adoptării şi implementării noii tehnologii; avantajele trecerii la noua tehnologie, inclusiv categoriile de beneficiari; estimarea timpului necesar recuperării cheltuielilor antrenate în acest proces
- Se vor prezenta atât avantajele competitive, cât şi dezavantajele schimbării
- Se va analiza în ce măsură va fi nevoie de o pregătire specială a personalului direct implicat în utilizarea noii tehnologii
- impactul noii tehnologii asupra consumatorilor de produse/servicii ale companiilor ce vor trece la noua tehnologie: cel puţin din punctul de vedere al cititorului, acesta este probabil cel mai important aspect.

Piaţa forţei de muncă

Stârneşte un interes la fel de sporit, prin varietatea temelor şi a problemelor, prin implicaţiile pe care forţa de muncă le are în mecanismele economice. Jurnaliştii sunt interesaţi de date statistice şi analize cantitative privind nivelul ocupării şi evoluţia acestuia, de modificărilor calitative ale pieţei muncii, de diferitele tendinţe ce se

manifestă pe piaţa muncii pe termen scurt sau lung, de segmentarea acesteia, de modificări ale categoriilor de joburi disponibile, de particularităţilor ofertei de muncă, de evoluţia salariilor nominale şi/sau reale etc. Surselel de informare în acest caz pot să fie liderii sindicali, chiar angajatorii sau agenţiile de recrutare a forţei de muncă, pe anumite probleme specifice.

Ocuparea forţei de muncă este adesea punctul de plecare ideal pentru a discuta chestiuni ceva mai complexe, precum impactul în plan local al unor fenomene şi tendinţe naţionale şi internaţionale, deoarece piaţa muncii este sensibilă la astfel de fenomene şi reacţionează imediat. De exemplu, efectul liberalizării comerţului internaţional, respectiv al creşterii importurilor asupra evoluţiei şomajului sau efectul creşterii investiţiilor străine asupra nivelului ocupării etc. De asemenea, se poate atinge problema şomajului şi a legăturii lui cu inflaţia etc.

Desigur că din această trecere în revista a domeniilor de atracţie pentru presa economică nu pot rămâne pe dinafară alte domenii precum turismul, agricultura, producţia, publicitatea sau mass-media. În aceeaşi măsură, acestea sunt avute în vedere şi de jurnalişti.

Tema 1

Faceţi o monitorizare timp de cel puţin o săptămână în presa economică românească urmărind materialele de profil referitoare la localitatea, judeţul sau regiunea (dacă e cazul) în care locuiţi (studiaţi). Monitorizaţi timp de cel puţin o săptămână presa economică străină, identificând materialele referitoare la România. Comparaţi informaţiile cu ceea ce ştiaţi despre aceste subiecte din presa autohtonă.

Modul 2

Câteva noţiuni fundamentale de economie

Scopul modulului este de a introduce câteva noţiuni şi concepte economice fundametale în înţelegerea fenomenelor şi proceselor economice de care jurnalistul economic are nevoie pentru a înţelege el însuşi realitatea economică, iar, în al doilea rând, pentru a putea transcrie, traduce, accesibiliza această realitate cititorului, consumatorului de media, într-un mod care să fie şi uşor, util şi plăcut.

Obiectivele modulului: la finalizarea modulului cursantul trebuie să-şi fi însuşit o parte dintr-un glosar fundamental de termeni economici, acei fără de care nu poate fi înţeleasă şi abordată jurnalistic economia. Odată cu aceste noţiuni, cursantul va fi capabil să facă şi acele conexiuni elementare pentru a putea reprezenta inteligibil angrenajul economic în ansamblul său.

UNITATE 1

2.6. Sistemul bancar. Banca Naţională a României şi băncile comerciale

Într-o economie de piaţă, banca are un rol dublu. In primul rând, banca garantează depozitele celor care doresc să economisească, iar cealaltă sarcină a băncii este de a acorda împrumuturi celor care doresc să investească. In plus, banca poate converti depozitele pe termen scurt în depozite pe termen lung. Băncile au luat fiinţă cu multe secole în urmă. Iniţial, activităţile acestora se limitau la păstrarea valorilor mobiliare ce le erau încredinţate şi la executarea ordinelor de plată primite de la clienţii lor. Forma modernă de organizare şi de funcţionare a unităţilor bancare a fost prefigurată de Banca din Amsterdam in 1609 şi apoi de Banca Angliei. Ca urmare a unui amplu proces de perfecţionare şi diversificare a activităţilor financiar-bancare, băncile s-au impus în timp

ca un agent economic dinamic şi cu impact major asupra întregii societăţi. Ele nu mai sunt simpli intermediari între participanţii la activităţile economice.

Băncile au îndeplinit şi îndeplinesc doua categorii de funcţii: active şi pasive. Principala funcţie activă a băncilor şi a celorlalte instituţii financiare consta în acordarea creditelor solicitanţilor care întrunesc anumite condiţii de bonitate financiară, care constau in capacitatea unei persoane fizice sau juridice, de a restitui la data scadenţei suma imprumutată, împreună cu dobânzile aferente. Alte servicii bancare active sunt: gestionarea conturilor deponenţilor ce constă în supravegherea mişcării banilor în conturile unităţilor solicitante; organizarea înfiinţării de societăţi pe acţiuni şi operaţiuni cu titluri de valoare; crearea de instrumente financiare proprii. Principala funcţie pasivă a instituţiilor bancare, financiare şi de asigurări, se referă la primirea spre păstrare a economiilor populatiei şi a agenţilor economici nonfinanciari. Printre funcţiile bancare de acest gen se mai înscriu: executarea de plăţi, pe baza ordinelor clienţilor, şi conducerea operaţiunilor de casă ale intreprinderilor şi instituţiilor .

In condiţiile actuale, pe lângă funcţiile bancare tradiţionale, sistemul bancar exercită şi o serie de funcţii noi, prioritar macroeconomice. Una dintre primele asemenea funcţii constă în faptul că băncile, banca de emisiune, coordonează plăţile şi încasările ce se efectuează în întreaga economie naţională. Ele au misiunea de a asigura cadrul necesar emisiunii suplimentare de monedă, respectiv diminuării masei monetare. In acest context trebuie precizat faptul că băncile gestionează moneda naţionala şi supraveghează relaţiile ei cu celelalte monede.

Instituţiile financiare au rolul de a restricţiona creditul. In anumite condiţii, şi pe baza unor criterii speciale, aceste instituţii limitează riscul neacoperit al unor împrumutători prea entuziaşti, punându-le anumite condiţii restrictive.

Gestionând fluxurile monetare în ansamblul lor, transformând depunerile la vedere în surse creditare, băncile pot selecţiona proiecte de dezvoltare, pe care le susţin cu credite. De aceea se afirmă, pe bună dreptate, că ele exercită un pronunţat rol de orientare economică, de susţinere a unor modificări structurale în economiile naţionale.

Un rol deosebit de important în cadrul economiilor naţionale, îl joacă băncile centrale. Aceasta nu este preocupată mai ales de maximizarea profitului ei, ci de realizarea anumitor obiective pentru întreaga economie naţională, obiective care îi revin din mandatul naţional, atribuit acesteia de forul legislativ.

Funcţiile principale ale băncii centrale sunt:

- reglementarea activității în domeniu bancar
- asigurarea şi reglarea cantităţii de bani în circulaţie
- stabilirea ratelor dobânzii;
- prevenirea falimentelor bancare, falimente care ar putea deregla mecanismul bancar în general.

In plus, banca centrală oferă servicii specifice băncilor comerciale. In acest sens ea acţionează ca o bancă a bancherilor, deţinând majoritatea rezervelor băncilor comerciale. Banca centrală oferă servicii specifice şi guvernului. Guvernul deţine un cont la banca centrală îşi completează cecuri pentru acest cont, iar în unele ţări emite obligaţiuni prin intermediul acestei bănci.

Fiind bancă de emisie, bancă centrala pune în circulaţie bancnote şi monedă divizionară, iar aceste cantităţi de bani puse în circulaţie corespund, de regula, nevoilor de lichiditate ale economiei în ansamblul ei şi care se încadrează în obiectivele de politică monetară şi bugetară ale ţării.

Băncile comerciale reprezintă un tip de intreprindere lucrativă, specializată în ansamblul activităţii economice, care furnizează bani, capital celorlalţi agenţi economici - persoane fizice sau juridice. O asemenea activitate principală se desfaşoară, mai ales, pe baza resurselor atrase, dar şi pe baza capitalului propriu.

Banca Naţională a României

Banca Naţionala a României este concepută ca un organism al statului, funcţionarea sa fiind supravegheată de către Parlament. Prin lege, BNR este mandatată să

conducă politica monetară şi de credit şi să caute profesional căile de menţinere a puterii de cumpărare a monedei nationale. Capitalul BNR este public.

Banca Naţională a României are de îndeplinit mai multe funcţii principale:

- Este singura instituţie de *emisiune monetară*; de aceea, numerarul emis de aceasta trebuie acceptat de către toate persoanele fizice sau juridice la valoarea nominală a acestuia pentru stingerea obligaţiilor publice sau private.
- Fiind bancă a băncilor, ea îndeplineşte rolul de *împrumutător ultim*, intervenind în cazul în care o societate bancară întâmpină dificultăţi temporare, respectiv nu dispune de numerar pentru a face faţă retragerilor neanticipate ce depăşesc rezervele sale. BNR poate furniza numerar băncii respective în limita maximă de până la 75% din fondurile proprii.
- Banca Naţională conduce *politica monetară şi valutară* a ţării. BNR derulează operaţiunile ei cu Trezoreria statului, deoarece între cheltuielile publice şi încasarea impozitelor şi a taxelor există neconcordante in timp; statul se împrumută la BNR pentru ajustarea acestui decalaj.
- Obiectivul central al BNR il reprezinta mentinerea puterii de cumpărare a leului.

Un rol important iî cadrul pieţei monetare, îl joacă societăţile de asigurări, acestea fiind instituţii ce garantează asiguratului, în schimbul plătii unei sume de bani (poliţa de asigurare), despăgubirea totală sau parţială în cazul producerii unui eveniment împotriva cărui acesta s-a asigurat.

UNITATE 2

2.7. Bugetul de stat

Bugetul de stat reprezintă o categorie fundamentală a ştiinţelor finanţelor. Îl putem aborda din punct de vedere *juridic şi economic*.

Sub aspectul său *juridic* bugetul reprezintă un act prin care sunt prevăzute şi autorizate veniturile şi cheltuielile anuale ale statului. Bugetul de stat prevede şi autorizează în forma legislativa cheltuielile şi resursele statului, având caracter obligatoriu fiind supus aprobării Parlamentului. Reprezintă un act de previziune a resurselor publice şi a modului de utilizare a acestuia, elaborându-se pe o perioada de un an. Legea bugetului de stat este influenţată de concepţiile politice, economice şi sociale specifice fiecărei perioade.

Bugetul este un plan alcătuit din cifre, într-o ordine determinată, a veniturilor şi cheltuielilor care se vor produce şi balansa în gestiunea economică a unui corp public pe o perioadă următoare de un an. Ca document oficial, bugetul de stat evidenţiază nivelul aprobat al cheltuielilor ce se vor efectua în viitor şi mărimea veniturilor ce pot fi mobilizate la dispoziţia statului.

Abordarea *economică* se referă la corelaţiile macroeconomice şi în special legătura cu nivelul şi evoluţia produsului intern brut. Un anumit nivel al PIB şi măsura în care acesta este repartizat pentru formarea brută de capital şi consum determină nivelul indicatorilor bugetari şi constituie baza evoluţiei favorabile a resurselor în viitor.

Bugetul de stat exprimă relaţiile economice în forma băneasca ce iau naştere în procesul *repartiţiei produsului intern brut,* în conformitate cu obiectivele de politică economică, socială şi financiară ale fiecărei perioade. Aceste relaţii au dublu sens: pe de o parte, ca relaţii prin care se mobilizează resursele băneşti, iar pe de altă parte ca relaţii de repartizare a acestor resurse.

Bugetul este un tablou comparativ al veniturilor şi cheltuielilor publice aferente perioadei la care se referă. El oferă posibilitatea analizării veniturilor pe surse de proveniență şi a cheltuielilor pe destinaţii.

Principiile clasice bugetare sunt:

- *Unitatea* - toate veniturile şi cheltuielile statului trebuie să fie incluse într-un document unic.
- *Universalitatea* - se impun două reguli:
  -interdicţia de a compensa cheltuielile cu veniturile corespondente;
  -neafectarea unui venit pentru efectuarea unei cheltuieli.

- *Anualitatea* - autorizarea dată prin lege privind efectuarea cheltuielilor şi încasarea veniturilor se refera la o perioadă de 12 luni.
- *Specializarea bugetară* - creditele bugetare deschise nu pot fi utilizate decât pentru o categorie determinată de cheltuieli.

Elaborarea proiectului de buget

Ca primă fază a procesului bugetar, aceasta constă în efectuarea lucrărilor de întocmire a proiectului bugetului de stat, inclusiv a celor de evaluare a cheltuielilor şi veniturilor bugetare, concretizate, prin documente specifice în care se înscriu categoriile de cheltuieli şi de venituri bugetare, în cuantumul previzionat. Lucrările de elaborare a proiectului bugetului de stat se desfăşoară, de regulă, sub îndrumarea cu participarea directă a Ministerului Finanţelor sau Ministerului Bugetului (în unele ţări), dar ele sunt coordonate de către Guvern, care în multe ţări are între atribuţiile sale, întocmirea, avizarea şi prezentarea spre dezbatere Parlamentului a proiectului de buget. În alte ţări, coordonarea şi răspunderea directă privind întocmirea proiectului de buget revine Preşedenţiei, care dispune de un organism specializat în acest domeniu.

Propunerile ce se înscriu la venituri şi la cheltuieli, în proiectul de buget, se fundamentează pe baza analizelor efectuate asupra nevoilor de resurse şi posibilităţilor de

procurare a acestora, urmărind asigurarea premiselor necesare realizării obiectivelor programului de guvernare şi integrarea în politica financiară a statului. În acest context, un criteriu esenţial al opţiunilor îl constituie corelarea cuantumului cheltuielilor bugetare de efectuat cu cel al veniturilor posibile de încasat la buget, având ca scop evitarea sau cel puţin menţinerea în limite admisibile a eventualului deficit bugetar. Atingerea unui asemenea obiectiv impune proceduri adecvate de comunicare şi informare între Ministerul Finanţelor şi celelalte ministere sau instituţii implicate în fundamentarea prevederilor bugetare, inclusiv căutarea de soluţii menite să reducă decalajul posibil dintre cheltuielile, mai mari, şi veniturile, mai mici. Asemenea soluţii vizează, firesc, reducerea cheltuielilor, pe de o parte şi/sau creşterea veniturilor curente, pe de altă parte, ceea ce poate genera conflicte bugetare între departamentele publice afectate, mai ales, alocarea unor sume mai mici decât cele solicitate.

Execuţia bugetului.

În esenţa sa, această fază constă în realizarea prevederilor Legii bugetului, atât la venituri, cât şi la cheltuieli. Prevederile la venituri sunt considerate niveluri minime obligatorii, iar cele de la cheltuieli reprezintă niveluri maxime ce nu se pot depăşi. Faţă de acest principiu, este de observat că ultimele decenii marchează o tendinţă de rectificare a prevederilor iniţiale din Legea bugetului, concretizate în modificări aduse cifrelor aprobate anterior, la venituri şi/sau la cheltuieli, pentru a le pune în acord mai deplin cu situaţia reală. Rectificările iniţiate de Guvern urmează aceeaşi filieră a aprobării în Parlament, astfel, iar acele prevederi rămase definitive, până la finele anului, devin ulterior noi limite minime la venituri sau maxime la cheltuieli obligatorii de respectat pe parcursul execuţie bugetară.

Ca fază a procesului bugetar, execuţia bugetului reprezintă, de asemenea, o responsabilitate a Guvernului, îndeplinită prin Ministerul Finanţelor, care trebuie să organizeze activitatea şi să aplice procedurile adecvate. Dar, sub acest din urmă aspect, este de remarcat folosirea unor instrumente şi proceduri diferite în executarea părţii de cheltuieli, respectiv a părţii de venituri, implicând o anumită structurare a activităţii şi specializare a personalului.

Încheierea şi aprobarea contului de execuţie bugetară

Încheierea bugetului presupune lucrări caracteristice închiderii exerciţiului bugetar, urmărind să stabilească rezultatul activităţii de execuţie bugetară, respectiv cheltuielile efectuate, veniturile încasate şi soldul înregistrat la finele fiecărui an bugetar. În acest scop, se întocmeşte "contul de execuţie bugetară", care trebuie să reflecte, într-o formă sintetică, totalitatea veniturilor şi a cheltuielilor bugetare realizate şi rezultatul execuţiei, care poate fi "deficit" sau "excedent", pe anul bugetar respectiv.

Bugetul general consolidat reflectă fluxurile financiare publice de formare a resurselor bugetare şi de repartizare a acestora pe destinaţii, în conformitate cu nevoia socială şi cu obiectivele de politică financiară specifice anului la care se referă, înglobând pe cele specifice din bugetul de stat, din bugetele locale, din bugetul asigurărilor sociale de stat şi din bugetele fondurilor speciale.

Prin **bugetul de stat** sunt reflectate sub aspect financiar, acţiunile de interes naţional, concretizând principalele resurse financiare mobilizate la dispoziţia statului, care sunt folosite pentru realizarea acţiunilor social-culturale, apărarea ţării, asigurarea ordinii publice, înfăptuirea protecţiei sociale etc.

Bugetele locale evidenţiază, la rândul lor, cheltuielile pentru acţiuni specifice colectivităţilor locale, care sunt finanţate din venituri proprii, respectiv din transferuri de la bugetul de stat etc.

Bugetul asigurărilor sociale de stat cuprinde cheltuieli specifice acestui domeniu concretizate în plata pensiilor, ajutoarelor şi indemnizaţiilor, protecţiei sociale, respectiv veniturile corespunzătoare acestora (cum sunt contribuţiile pentru asigurări sociale etc.).

Bugetele fondurilor speciale cuprind venituri din taxe, contribuţii şi alte vărsăminte destinate anumitor acţiuni speciale, concretizând cheltuieli menite să asigure îndeplinirea obiectivelor aprobate prin legea de instituire a acestora.

Deficitul bugetar

Ca urmare a creşterii mai rapide a cheltuielilor decât a veniturilor publice bugetele se încheie cu deficit. Deficitul bugetar este cauzat de creşterea accelerată a cheltuielilor publice, de încetinire a ritmului de creştere a veniturilor sau de fenomene conjuncturale ce îşi transmit influenţa prin intermediul cursului de schimb şi a ratei dobânzii.

UNITATE 3

2.8. Societatea comercială. Inflaţia şi şomajul.

Întreprinderea şi formele ei în economia de piaţă

În economia de piaţă, întreprinderea (societatea comercială) este o unitate economică cu o existenţă juridică şi autonomie decizională care produce bunuri şi prestează servicii pe baze comerciale lucrative.
Întreprinderile se pot clasa astfel:

După obiectul urmărit în activitatea lor:

- întreprinderi cu scop lucrativ;
- întreprinderi cu scop non lucrativ.

După forma de proprietate:

- întreprinderi publice;
- întreprinderi private;
- întreprinderi mixte.

După regimul juridic de organizare şi funcţionare:

- regii autonome;
- companii sau societăţi comerciale.

După dimensiunea lor:

- întreprinderi mari;
- întreprinderi mici si mijlocii.

În categoria întreprinderilor mici şi mijlocii intră unităţi care îndeplinesc următoarele condiţii:

- până la 9 salariaţi – microîntreprinderi ;

- între 10-49 salariaţi – întreprinderi mici;
- între 50-249 salariaţi – întreprinderi mijlocii.

In România, firmele se împart in două categorii principale:

Regii autonome: sunt înfiinţate prin decizia Guvernului pentru firmele de interes naţional şi de către organizaţiile judeţene pentru cele de interes local, în ramuri strategice ale economiei naţionale.

Societăţi comerciale: care îmbracă următoarele forme:

Societăţi cu nume colectiv (SNC) – obligaţiile societăţi sunt garantate cu patrimoniul societăţii şi a asociaţilor.

Societăţi în comandită simplă (SCS) – răspunderea este nelimitată şi solidară a asociaţilor comanditei.

Societăţi în comandită pe acţiuni (SCA) – capitalul social este împărţit în acţiuni, obligaţiile sociale sunt garantate cu patrimoniu societăţii, cu răspundere nelimitată şi solidară a asociaţilor comanditei.

Societăţi pe acţiuni (SA) – obligaţiile societăţii sunt garantate cu patrimoniul societăţii, acţionarii fiind obligaţi numai la plata acţiunilor lor.

Societăţi cu răspundere nelimitată (SRL) – obligaţiile societăţii sunt garantate cu patrimoniul societăţi.

Inflaţia

Inflaţia este procesul de creştere semnificativă şi persistentă a nivelului preţurilor. În perioadele în care se manifestă fenomenele inflaţioniste, influenţa preţurilor care cresc

este mai mare decât a celor care scad, astfel încât, pe total, nivelul mediu al preţurilor va creşte. De asemenea, inflaţia mai poate fi definită prin scăderea puterii de cumpărare a unei unităţi monetare (respectiv a cantităţii de bunuri şi servicii ce poate fi achiziţionată prin intermediul unei unităţi monetare).

De obicei, o creştere a nivelului mediu al preţurilor de sub 1% anual nu este considerată inflaţie. Un nivel al inflaţiei între 1 şi 3 % pe an este considerat rezonabil pentru o economie în expansiune, iar o astfel de inflaţie se numeşte inflaţie târâtoare. La polul opus se situează situaţia în care inflaţia este de peste 50% pe lună, caz în care avem hiperinflaţie.

Pe termen lung inflaţia este prezentă în orice economie. Deci, fenomenul nu poate fi controlat în totalitate, ci doar influenţat. Inflaţia nu este „păguboasă" pentru toată lumea. Cei care anticipează corect evoluţia acesteia au de câştigat, în timp ce cei care nu o pot anticipa au în general de pierdut. Inflaţia este un obstacol important în calea implementării politicilor economice de creştere economică, datorită faptului că anticipările agenţilor nu mai pot fi efectuate corect, şi de aici o risipă de resurse şi o neîncredere în politicile implementate de puterea publică. Este necesar să facem distincţie între inflaţia anticipată şi inflaţia neanticipată.

Inflaţia neanticipată este acea creştere surprinzătoare a preţurilor, creştere care nu a fost anticipată de către agenţii economici. Acest nivel al inflaţiei poate fi mai mare decât nivelul real, determinat ex-post, sau mai mic decât acesta.

Inflaţia anticipată este acea inflaţie pe care agenţii economici o aşteaptă în decursul perioadei următoare. Procesul inflaţionist determină o redistribuire a veniturilor între agenţii care împrumută bani şi cei care dau cu împrumut.

Măsurarea inflaţiei

Inflaţia poate fi măsurată prin intermediul mai multor indicatori. Cei mai importanţi dintre aceştia sunt:

a) indicele preţurilor bunurilor de consum (IPC);

b) indicele preţurilor de producţie (IPP);

c) indicele general al preţurilor (IGP);
d) deflatorul PIB.

Indicele preţurilor bunurilor de consum (IPC) măsoară evoluţia preţurilor unui coş de produse semnificativ pentru cheltuielile efectuate de o gospodărie reprezentativă.

Indicele preţurilor de producţie (IPP) măsoară evoluţia preţurilor în stadiile anterioare consumului final, respectiv preţurile materiior prime, al semifabricatelor şi ale produselor finite înainte a fi livrate pe piaţă.

Indicele general al preţurilor (IGP) măsoară evoluţia tuturor preţurilor din economie, respectiv atât a preţurilor bunurilor consumate de către gospodării cât şi a preţurilor bunurilor care intră în procesele de producţie. Acesta reprezintă cel mai general mod de măsurare al inflaţiei.

Deflatorul PIB arată evoluţia nivelului mediu al preţurilor tuturor bunurilor şi serviciilor incluse în PIB,

Şomajul

La origine, noţiunea de şomaj era sinonimă cu aceea de "inactivitate". Cuvântul "şomaj" din limba română provine din cuvântul francez "chomage". La rândul său, acesta derivă din latinescul "caumare", fiind provenit de la cuvântul grec "cauma", care înseamnă "căldură mare", din cauza căreia înceta orice activitate.

Indicatorul relativ prin care se apreciază intensitatea şomajului este unul din cei mai importanţi indicatori macroeconomici: ***rata şomajului***. Aceasta se determină prin raportarea numărului total de şomeri la populaţia activă şi se exprimă în procente. Nivelul ratei şomajului şi evoluţia acesteia reprezintă unul din barometrii în funcţie de care se iau anumite măsuri de protecţie socială sau decizii de politică economică.

Temă 2

Redactaţi câte o ştire originală din următoarele domenii: industrie, agricultură, comerţ intern, piaţa de capital, piaţa valutară

UNITATE 4

2.9. Economia subterană. Spălarea banilor

Economia subterană reprezintă ansamblul activităţilor economice desfăşurate organizat, cu încălcarea normelor sociale şi ale legilor economice, având drept scop obţinerea unor venituri ce nu pot fi controlate de stat.

În sfera de cuprindere a economiei subterane au fost incluse practici foarte variate, respectiv:

- frauda fiscală,
- munca clandestină,
- traficul de droguri,
- traficul de arme,
- corupţia,
- prostituţia,
- activităţi casnice care sunt aducătoare de venituri neînregistrate.

Factorii esenţiali care au permis dezvoltarea exacerbată a economiei subterane pot fi în principal următorii:

- incertitudinile legislative ce au însoţit mutaţiile economice;
- divizarea economică necontrolată, apariţia unor mici întreprinderi cu activitate temporară, speculativă;
- descentralizarea, divizarea puterii prin distribuirea responsabilităţilor, crescând astfel numărul indivizilor coruptibili;
- atitudinea tolerantă atât a autorităţilor, cât şi a populaţiei faţă de încălcarea reglementărilor, o oarecare reticenţă faţă de disciplină;

Sfera activităţilor pe care le poate include economia subterană este deosebit de cuprinzătoare dar sunt acceptate şi analizate drept componente ale economiei subterane: frauda fiscală, munca la negru şi activităţile criminale.

1. **Frauda fiscală** reprezintă ansamblul practicilor care urmăresc eludarea în totalitate sau în parte a impozitului datorat statului.

2. **Munca la negru** - statisticile oficiale înregistrează permanent un număr sporit de şomeri, iar dintre persoanele angajate în muncă un procent semnificativ realizează venituri care nu pot asigura sub nici o formă existenţa unei persoane.

3. **Activităţile criminale** - este cea mai periculoasă componentă a economiei subterane şi cuprinde: activităţile de producţie, distribuţie şi consum de droguri, traficul de arme, traficul de materiale nucleare, furtul de automobile, prostituţia, traficul de carne vie, corupţia.

Spălarea banilor

Spălarea banilor este procesul sau complexul de actiuni prin care infractorii încearcă şi uneori reuşesc să ascundă originea şi posesia reală a veniturilor ce provin din activităţile lor ilegale.

Potrivit **Legii nr. 656/2002 pentru prevenirea şi sancţionarea spălării banilor, precum şi pentru instituirea unor măsuri de prevenire şi combatere a finanţării actelor de terorism**, prin spălarea banilor se înţelege:

a) schimbarea sau transferul de bunuri, cunoscând că provin din săvârşirea de infracţiuni

b) ascunderea sau disimularea adevăratei naturi a provenienţei, a situării, a dispoziţiei, a circulaţiei sau a proprietăţii bunurilor ori a drepturilor asupra acestora, cunoscând că bunurile provin din săvârşirea de infracţiuni;

c) dobândirea, deţinerea sau folosirea de bunuri, cunoscând că acestea provin din săvârşirea de infracţiuni"

Spălarea banilor este un proces prin care se dă sau se încearcă a se da o aparenţă de legalitate unor profituri obţinute ilegal de către infractorii care, fără a fi compromişi, beneficiază ulterior de veniturile respective.

Acest proces se desfăşoară în trei etape: obţinerea şi mişcarea fondurilor obţinute în mod direct sau indirect din infracţiuni, ascunderea urmelor sau originii veniturior pentru a se evita orice suspiciuni sau investigaţii şi, în fine, disponibilizarea banilor şi reinvestirea lor în activităţi legale.

1) **plasarea** spălării banilor - infractorul introduce profitul său ilegal în sistemul financiar. Aceasta se poate face prin împărţirea sumelor mari de bani în sume mai mici,

care sunt apoi depozitate direct într-un cont bancar sau folosite în cumpărarea unor instrumente financiare (cecuri, bilete la ordin, etc.).

2) **stratificarea -** infractorul întreprinde o serie de preschimbări sau mişcări ale fondurilor pentru a le îndepărta cât mai mult de sursa din care provin, cea mai uzitată cale fiind cea a transferului electronic într-o serie de conturi din diverse bănci de pe întreg globul. Sunt preferate acele zone geografice sau jurisdicţii care nu cooperează cu organele de anchetă specializate în combaterea acestui fenomen infracţional

3) **integrarea** - fondurile intră în circuitul economic legal. Spălătorul de bani poate acum să investească legal fondurile pe piaţa imobiliară, a bunurilor de lux sau a afacerilor, la alegere.

UNITATE 5

2.10. Piaţa de capital

Piaţa de capital reprezintă o piaţă specializată unde se întâlnesc şi se reglează în mod liber cererea şi oferta de active financiare pe termen mediu si lung. Concret, este vorba despre o piaţă pe care se tranzacţionează în mod liber valori mobiliare (acţiuni, obligaţiuni), piaţă ce are drept rol principal mobilizarea capitalurilor persoanelor (fizice/juridice) care economisesc (cumpărătorii de acţiuni şi obligaţiuni) şi care urmăresc plasarea profitabilă a acestor capitaluri. Aceste fonduri sunt atrase de către emitenţii de acţiuni/obligaţiuni ce sunt în căutare de capital în vederea finanţării unor proiecte de investiţii.

In funcţie de momentul în care se realizează tranzacţia, piaţa de capital se împarte în două segmente:

- ***Piaţa primară***. Este piaţa pe care emisiunile noi de valori mobiliare sunt negociate pentru prima dată. Concret, este vorba de procesul prin care intermediarii financiari (societăţile de brokeraj), care de regula fac legătura între societatea emitentă şi investitori, se obligă sa plaseze valorile mobiliare nou emise în schimbul unui comision;
- ***Piaţa secundară***. Odată puse în circulaţie valorile mobiliare pe piaţa primară, acestea fac obiectul tranzacţiilor pe piaţa secundară. Funcţionarea efectivă a pieţei secundare se realizează prin intermediul pieţelor de negocieri sau organizate: este în principal vorba de bursa de valori şi de piaţa extrabursieră (sau piaţa OTC - Over the Counter Market). Diferenţa dintre cele două forme organizate ale pieţei de capital (bursa şi piata OTC) constă în existenţa unor condiţii şi criterii de eficienţă economico-financiară, de informare a investitorilor, referitoare la numărul de acţiuni puse în circulaţie, etc pentru accesul la bursă, conferind societăţii cotate pe aceasta piaţă garanţii.

Societăţi de valori mobiliare

Societăţi de brokeraj sau Societăţi pentru Servicii de Investiţii Financiare (SSIF) au ca obiect principal de activitate intermedierea tranzacţiilor cu valori mobiliare, îndeosebi pe piaţa secundară, dar şi pe piaţa primară.

Bursa

Termenul “bursa” este folosit în limbajul curent în mai multe sensuri. De cele mai multe ori, el se referă la locul unde se vând şi se cumpără titluri de valoare, cum sunt acţiunile şi obligaţiunile. In acest caz, bursa nu este neapărăt un spaţiu fizic, ci reprezintă de cele mai multe ori o reţea electronică care permite executarea rapidă a tranzacţiilor, aşa cum este şi cazul Bursei de Valori Bucuresti (BVB). Bursa este o piaţă care se particularizează prin obiectul tranzacţiilor şi modul de organizare şi funcţionare. Din punct de vedere juridic, bursa este locul unde se negociază (se vând şi se cumpără) valori mobiliare sau mărfuri, după o procedură anumită şi numai de către anumiţi intermediari sub supravegherea unor autorităţi. Din punct de vedere financiar, bursa este una din pieţele caracteristice economiilor de piaţă, pe care se oferă şi se desfac după o procedură specială, mărfuri sau valori fungibile.

Participanţii la activitatea bursieră sunt:

Emitentul – este societatea pe acţiuni ce are dreptul de a emite certificate de valoare (acţiuni) cu caracter de investiţie pentru a obţine bani, capital necesar dezvoltării

Investitorul – persoana fizică sau juridică ce investeşte bani într-o societate prin cumpărarea de valori mobiliare, cu scopul de a obţine avantaje economice sub forma profitului sau a dreptului de proprietate şi de tranzacţionare.

Intermediarul – persoana juridică specializată ce comercializează valori mobiliare prin intermediul unei reţele proprii de agenţi pentru clienţii investitori

Agentul de servicii pentru investiţii financiare (ASIF)I –**broker-ul** – o persoană fizică specializată şi autorizată care, contra unui commision, intermediază tranzacţii între participanţi, effectuate pe răspunderea şi riscul clienţilor investitori.

Registratorul – o societate independentă ce atestă autenticitatea valorilor mobiliare, ţine evidenţa certificatelor emise de către emitent, ţine evidenţa la zi a deţinătorilor de valori mobiliare

Valori mobiliare

Instrumente financiare negociabile transmise prin tradiţiune sau prin înscriere în cont, care conferă drepturi egale pe categorie, dând deţinătorilor dreptul la o fracţiune din capitalul social al emitentului sau un drept de creanţă general asupra patrimoniului emitentului, şi sunt susceptibile de tranzacţionare pe o piaţă reglementată.

UNITATE 6

2.11. Impozitul. Produsul intern brut

Impozitul reprezintă o formă de prelevare a unei părţi din veniturile şi/sau averea persoanelor fizice şi juridice, la dispoziţia statului, în vederea constituirii resurselor necesare acoperirii cheltuielilor publice.

Caracteristici:

- caracterul obligatoriu
- titlu definitiv şi nerambursabil
- lipsa unei contraprestanţe directe şi imediate din partea statului

Exemple de surse de venituri impozitate

- pentru muncitori şi funcţionari: salariul
- pentru agenţii economici: profitul
- pentru proprietarii funciari: renta
- pentru deţinătorii de hârtii de valori (acţiuni, obligaţiuni): dividende, dobânzi
- pentru micii meseriaşi sau liberii profesionişti: venitul realizat

Impunerea reprezintă un complex de măsuri şi operaţiuni (politice şi de tehnică fiscală), efectuate în baza legii, care au ca scop final stabilirea impozitului ce revine în sarcina unei persoane fizice sau juridice.

Clasificarea impozitelor

1. după trăsăturile de fond şi formă:
    - impozite directe:
        - impozite reale
        - impozite personale: impozite pe venit şi impozite pe avere
    - impozite indirecte
2. după obiectul impunerii:
    - impozite pe venit
    - impozite pe avere
    - impozite pe cheltuieli

3. după scopul urmărit:

- impozite financiare
- impozite de ordine

4. după frecvenţa cu care se realizează:

- impozite permanente (ordinare)
- impozite incidentale (extraordinare)

Impozitele directe

Impozitele directe sunt impozitele care se datorează pentru venitul obţinut sau pentru averea deţinută. Impozitul pe venit se aplică asupra veniturilor realizate de persoanele fizice şi juridice. Impozitarea poate generală sau globală.

Impozitele pe avere au ca obiect impozabil averea deţinută de contribuabil şi se pot clasifica astfel:

- impozite asupra averii propriu-zise (proprietăţi, activ net)
- impozite pe circulaţia averii (succesiuni, donaţii, vânzare/cumpărare, etc.)
- impozit pe sporul de avere (plusul de valoare imobiliară)

Impozite indirecte

Impozitele indirecte reprezintă impozitele percepute cu prilejul vânzării unor bunuri, prestării unor servicii, importurilor sau exporturilor.

Cele mai importante impozite indirecte:

Taxele de consumaţie – se includ în preţul de vânzare al mărfurilor fabricate sau importate şi comercializate în interiorul ţării în care se percepe impozitul. Accizele sunt taxe de consumaţie pe produs.

Taxele generale pe vânzări sau impozitele care se aplică asupra volumului total al vânzărilor. Cea mai importantă este TVA – taxa pe valoare adăugată, un impozitce se aplică pe cifra de afaceri netă şi se calculează la nivelul fiecărei verigi doar asupra valorii adăugate.

Taxele vamale sunt impozite instituite de stat asupra mărfurilor care sunt transferate dintr-o ţară în alta. După obiectul impunerii, acestea se împart în taxe vamale de import, de export şi de tranzit.

TVA-ul a devenit impozitul cu cea mai mare pondere în cadrul veniturilor statului, ce aduce cele mai mari încasări bugetare.

Produsul intern brut - PIB

Produsul intern brut este venitul obţinut de pe urma tuturor bunurilor şi serviciilor produse în cadrul frontierelor unui stat, indicat de obicei cumulat pe un an întreg. Include producţia firmelor cu capital străin de pe teritoriul ţării, însă exclude venitul firmelor naţionale implantate peste hotare.

În economie întâlnim trei forme a rezultatului PIB:

a) prin determinarea producţiei finale este numit *PIB exprimat prin producţie* (metoda producţiei)
b) când este calculat prin adunarea tuturor veniturilor generate de productie, este numit *PIB exprimat prin venituri* (metoda veniturilor)
c) prin însumarea fiecărei compontente a producţiei finale rezultatul este numit *PIB exprimat prin cheltuieli* (metoda cheltuielilor).

Modul 3

Jurnalismul economic – un text specializat

Scopul modulului este de a stabili câteva tipuri reprezentative de subiecte specifice jurnalismului economic în funcţie de conţinutul acestor materiale. În aceeaşi măsură, modulul se ocupă de specificitatea textului jurnalistic propriu-zis şi anumite reguli de redactare ce se aplică în cazul textului de factură economică.

Obiectivele modului – la finalizarea modulului, studenţii îşi vor fi însuşit câteva lucruri esenţiale legate de conţinutul şi redactarea textului jurnalistic specific:

- **vor şti care sunt informaţiile ce interesează sau pot să intereseze despre o companie**
- **identifică principalele tipuri de subiecte economice**
- **ştie să aleagă abordarea potrivită pentru un subiect**
- **ştie să redacteze un text economic, marcând diferenţele faţă de unul jurnalistic obișnuit**
- **ştie să utilizeze optim date, cifrele, graficele, tabelele**

UNITATE 1

2.12. Tipuri de subiecte, tipuri de conţinut

Există anumite tipuri de subiecte asupra cărora jurnaliştii economici revin şi vor reveni mereu pentru că sunt inepuizabile. Unul dintre subiectele frecvent abordate este *mediul de afaceri sau mediul companiilor* ce funcţionează pe piaţa locală, naţională sau internaţională, pentru că el prezintă interes pentru cititori dat fiind faptul că oricare din ei este un potenţial investitor, angajat, concurent, consumator al produselor firmei sau un intreprinzător preocupat de tot ce se întâmplă pe piaţă. Cu toate că aceste articole sunt,

evident, diferite prin conţinut, se poate totuşi identifica un anume model de construcţie în ceea ce priveşte formatul în care se aşează aceste elementele de conţinut. Tipurile de informaţii ce apar în toate aceste tipuri de materiale sunt:

Informaţiile financiare

Informaţiile financiare despre firme şi companii sunt cele care conturează compania şi arată care este starea acesteia la momentul respectiv.Acestea sunt esenţiale pentru înţelegerea societăţii în cauză şi trebuie căutate în toate sursele şi bazele de date.
Principalele surse unde se găsesc aceste date (inclusiv online) sunt:

- Oficiul Registrului Comerţului din România – prin reprezentanţele sale din fiecare judeţ. O parte din informaţii sunt la liber, cele mai multe se oferă contracost, cu sume modice şi cu o birocraţie relativ simplă.
- Ministerul Finanţelor Publice din România. Aici se poate vedea care este starea financiară a firmei, daca această are datorii, dacă are incidente de plăţi, dacă are conturile blocate, etc.
- Bursa de Valori Bucureşti. Este o sursă aproape exhaustivă de informaţii, despre companiile cotate la una din secţiunile bursei. Toate informaţiile sunt online şi se pot obţine instantaneu, în orice moment, pentru că emitenţii au obligaţia, din motive de transparenţă, să facă publice toate datele semnificative despre societate.
- Site-ul companiei, locul în care se vor găsi o serie de informaţii utile, desigur, în general, cele pozitive sau strategice, cele care pun compania într-o lumină favorabilă.

Informaţiile de ordin general care, într-o formă sau alta, interesează sunt:

- forma juridică, cifra de afaceri, numărul de angajaţi, capitalul social şi principalii acţionari, profitul şi rata profitului, dividendele acordate

La acestea se adaugă alte date mai specifice, de detaliu:

- date din bilanţ, contul de profit şi pierderi, gradul de îndatorare al firmei, îndeplinirea obligaţiilor fiscale

La o analiză mai de profunzime trebuie adăugate date semnificative ce ţin de istoricul firmei şi evenimente importante din existenţa companiei:

- majorări de capital, emisiuni de acţiuni şi obligaţiuni, schimbarea controlului în cadrul firmei, fuziuni şi achiziţii etc.

Produsele companiei

O altă serie de informaţii privesc produsele, bunurile sau serviciile prestate de companie. Întrebarea este în acest caz cum sunt utilizate/consumate acestea şi de către cine. Jurnaliştii vor identifica utilizatorii şi consumatorii vor încerca evaluarea produsului sau serviciului, atât din punct de vedere al caracteristicilor, cât şi al raportului calitate-preţ. De asemenea, dacă este utilă, se va face o comparaţie succintă cu produse similare. Nu în ultimul rând, se va verifica dacă respectivul produs a fost la un moment dat subiect de controverse, reclamaţii sau chiar scandaluri.

Sectorul de activitate

Din acest punct de vedere, trebuie identificat sectorul economic în care compania îşi desfăşoara activitatea şi obiectul de activitate al acesteia, ce particularităţi prezintă sectorul respectiv, cine şi cîţi sunt actorii acestei pieţe şi care este tipul de concurenţă efectivă. Jurnalistul va trebui să stabilească şi locul pe care îl ocupă compania în acest sector, la nivel local, la nivel naţional sau internaţional. Pentru a obţine aceste informaţii, vor fi consultate şi diverse asociaţii implicate în sector, respectiv asociaţii patronale, antreprenoriale şi sindicale, dar şi specialişti, analişti şi reprezentanţi ai mediului academic cu expertiza recunoscută în sector. Cu siguranţă, vor trebuie numiţi concurenţii din sector şi, dacă este posibilă sau contextul o cere, poate fi prezentată părerea concurenţei faţă de compania ce face subiectul articolului.

Impactul economic

Jurnalistuln va trebui să cerceteze şi să consemneze ce însemnătate are compania în plan economic pentru ramura respectivă sau, dacă este cazul, pentru întreaga ţară. Pentru a afla cum contribuie firma la dezvoltarea economică, trebuie luate în considerare numărul de angajaţi, cifra de afaceri şi rata profitului, tendinţele de dezvoltare şi planurile de viitor ale companiei. O sursă bună de informaţie sunt reprezentanţi camerelor de comert şi ai asociaţiilor profesionale, dar şi cu oficialităţi din administraţia publică.

Avantaje şi dezavantaje

În timpul documentării, trebuie aflat care grupuri sau categorii sociale beneficiază de pe urma activităţii companiei şi ce grupuri sunt defavorizate, în ce măsură şi în ce mod.

Scurt istoric al firmei

Acest element de conţinut se utilizează dacă în istoricul companiei s-au înregistrat momente semnificative sau spectaculoase de-a lungul timpului. Se va insista asupra unor evenimentele majore – atât momentele de real succes, cât şi eventualele dificultăţi, cu care s-a confruntat firma de-a lungul existenţei sale: reorganizări, extinderi, dificultăţi financiare, restructurări şi concedieri masive, scandaluri publice, procese, secrete îngropate etc. Jurnalistul va da atenţie fiecărui detaliu, va discuta cu cât mai multe persoane şi va face apel la resursele online: de la site-uri de afaceri, până la forumuri de discuţii.

Motivarea articolului

Spre deosebire de alte tipuri de materiale jurnalistice, în cazul celor economice nu e greşită o justificare, o explicaţiei a alegerii făcute. Motive de alegere vor exista întotdeauna, e bine ca, pentru puterea de persuasiune articolului, acestea să fie precizate. Motivele sunt diverse şi diferite de la caz la caz: compania se diferenţiază de concurenţi, este unică într-una sau mai multe privinţe, a obţinut rezultate extraordinare în mod susţinut, se extinde spectaculos, reprezintă factorul principal de creştere economică într-un anumit sector economic sau o anumită regiune etc.

UNITATE 2

2.13. Redactarea articolului economic (I)

Chiar dacă este un text publicistic de specialitate, materialul economic respectă multe din regulile de compoziţie, redactare şi editare ale textului jurnalistic în general. Faţă de aceste reguli generale, există un set de reguli şi recomandări specifice acestui tip de text şi asupra cărora se va insista în continuare.

Înţelegere deplină a conţinutului

De cele mai mult ori, materialele economice nu transmit simple informaţii plate, lipsite cu totul de corelaţii, conexiuni, determinări. Evenimentele economice, procesele, fenomenele (uneori) descrise trebuie, mai întâi, foarte bine înţelese de către jurnalist şi abia apoi scrise. Superficialitatea, lipsa de viziune sunt mai vizibile în jurnalismul economic decât în altă parte. Pe de altă parte, o bună înţelegere a situaţiei asigură concizia şi sistematizarea informaţiilor de care fiecare jurnalist are nevoie. Cu o bună stăpânire a lucrurilor, uneori textul poate fi simplificat fără împuţina sau deturna sensul, oferindu-i cititorului, de cele mai multe ori nespecialist, exact atâta de cât are nevoie pentru a înţelege şi el lucrurile. Lipsa de profunzime şi de viziune, alături de prolixitatea, amplificarea şi supradimensionarea unor evenimente sunt greşelile cele mai frecvente din jurnalismul economic şi care pot să pornească de la o deficitară înţelegere a fondului problemei.

Plusvaloare jurnalistică

La o bună înţelegere a fondului, jurnalitul trebuie să adauge o contribuţie proprie în redactarea materialului. Aşadar, nu ajunge a aduna foarte multă informaţie, o documentare până la cele mai mici detalii fără o interpretare proprie, fără un adaos de sens din partea jurnalistului. Această contribuţie proprie poate veni printr-o bună sintetizare a întrebările şi răspunsurilor din jurul unui subiect. Întrebările productive în acest caz sunt cele generalizante, cele de perspectivă, ce pot produce contribuţia (revelaţia) aşteptată. Iar acestea sunt de genul: este prima oară când un astfel de

eveniment se petrece în acest sector economic/în această regiune sau au mai avut loc evenimente similare? Producerea acestui eveniment este întâmplătoare sau reflectă o anumită tendinţă de evoluţie? Este, dimpotrivă, producerea evenimentului, în contradicţie cu tendinţa de ansamblu? Poate fi privit acest eveniment ca prefigurând o modificare a evoluţiei economice normale? Care ar putea fi/care vor fi consecinţele producerii acestui eveniment pentru economia naţională/regiunea respectivă?

Rolul intro-ului

Se cunoaşte rolul hotărâtor al intro-ului în materialele din presa generalistă. Acesta asigură, practic, marketing-ul articolelor pe diverse teme, făcându-le mai atractive şi mai ofertante prin plasarea informaţiei hard în capul articolului. În jurnalismul specializat şi în cel economic şi special, intro-ul are un rol puţin diferit. În acest caz, partea introductivă are rolul de a prefigura conţinutul materialului, ceea ce nu înseamnă lipsă de concreteţe, dar nici supraîncărcarea cu informaţii de la început. Există şi aici un optim: ideal ar fi să prezentaţi esenţa, să-i oferiţi cititorului suficientă informaţie ca să-şi poată da seama de conţinutul articolului: dacă îi oferiţi prea multă informaţie, este posibil ca cititorul obişnuit, nespecialist, să nu o poată asimila, în acelaşi timp şi atât de repede, şi să abandoneze lectura. În acelaşi timp, o asemenea construcţie a intro-ului este convenabilă şi pentru cititorii avizaţi, respectiv pentru specialişti: aceştia nu sunt agasaţi de faptul că nu găsesc toate informaţiile importante în primul paragraf, şi cu siguranţă nu vor abandona lectura din acest motiv, pentru că sunt cu adevărat interesaţi de subiect; aşa că, în cazul articolelor apărute în publicaţiile cu caracter general – care cuprind şi explicaţii pentru cititorii neavizaţi – aceştia vor parcurge rapid, „pe sărite” conţinutul articolului, până vor găsi informaţiile care îi interesează.o. Această abordare nu înseamnă o minimizare a rolului intro-ului în articolele de specialitate. Dimpotrivă: un intro prost poate duce la pierderea, deopotrivă, a ambelor categorii de cititori, deoarece prefigurează un material de calitate slabă.

Un background solid

E un lucru ştiut că aproape orice material serios are un background, un fond al problemei discutate sau un fundal al desfăşurării evenimentului descris. E nevoie în

construirea background-ului, în acest caz, de atenţie, rigurozitate şi intuiţie. Jurnalistul trebuie să identifice cu precizie momentele în care cititorul poate pierde firul evenimentelor din lipsă de informaţii suficiente, dar, în aceeaşi măsură, va trebui să stabilească exact ce informaţii vor fi reamintite şi în ce mod, ţinând cont că nu este vorba de informaţii noi: mulţi cititori le cunosc deja şi s-ar putea să se plictisească citindu-le din nou. În general, background-ul se plasează către sfârşitul materialului, ca o întregire sau o completare necesare înţelegerii şi încadrării evenimentului. În articolul cu tematică economică regula se poate schimba, o posibilitate fiind ca informaţiile vechi vor fi reintroduse în mod natural şi presărate de-a lungul articolului printre informaţiile noi chiar în timp ce redactează conţinutul; cel mai adesea ele apar ca şi clauze subordonate propoziţiilor principale ce oferă informaţii de ultimă oră.

Un context precis

Pe cât de important este fundalul, pe atât de important este contextul desfăşurării unui eveniment. În general, deciziile economice nu sunt adoptate în mod autonom, ci depind de numeroşi factori şi au scopuri şi ţinte foarte bine definite. Acestea se pot adresa unei probleme particulare, sau pot face parte dintr-un plan complex destinat rezolvării unor disfuncţionalităţi mai ample, pot fi fi adoptate ca reacţie la anumite presiuni politice sau pot fi consecinţa unui eveniment. Dacă nu sunt explicate aceste lucruri cititorilor, aceştia nu vor înţelege pe deplin implicaţiile evenimentelor descrise. Orice afirmaţie trebuie să fie bine documentată şi făcută cu precauţie: nu se publică presupuneri sau speculaţii ca certitudini, decât în măsura în care se pot susţine cu dovezi.

Echilibru

Dacă face o analiză, scrie un comentariu sau o simplă ştire însoţită de o explicaţie, jurnalistul trebuie să păstreze o anume cale de mijloc, un echilibru între diversele părţi care compun comentariul, între părţile opuse sau aflate în contradicţie şi concurenţă. Mai ales în chestunile controversate e necesară multă prudenţă, chiar dacă tentaţia spectaculosului şi a exagerării e mare. În aceste cazuri, soluţia este o şi mai profundă documentare, cât mai multe şi mai diverse păreri. Odată adunate şi sistematizate aceste păreri sau abordări diferite, vor fi introduse în articol de o manieră neutră, obiectivă,

lucru cu atât mai dificil cu cât jurnalistul însuşi are o opinie proprie. Ceea ce trebuie evitat cu orice preţ este încercarea, făcută poate cu bunăcredinţă, de a influenţa cititorul într-un anume fel. În general, acesta nici nu trebuie să fie foarte inteligent sau mare specialist pentru a pricepe o asemenea încercare, ceea ce nu face decât să îl îndepărteze cât mai repede de articolul în cauză.

UNITATE 3

2.14. Redactarea articolului economic (II)

Utilizarea eficentă a datelor şi cifrelor

S-a spus şi se ştie că materialele economice sunt materiale ale cifrelor. Mai ales dacă avem de-a face cu articole finaciare, textele cu pretenţăă trebuie susţinute întotdeauna de un anumit volum de date statistice consistente, concludente şi măsurate corespunzător. Nu este nevoie întotdeauna de a se introduce o cantitate mare de date şi cifre, ci doar un număr suficient pentru a fundamenta sau a ilustra în mod adecvat afirmaţiile, pentru a avea relevanţă. Cifrele nu pot lipsi, dar la fel de grav este dacă abundă, încarcă materialul şi crează mai multă confuzie decât face înţeles conţinutul. Datele, cifrele, procentele, graficele, tebelele sunt folositoare cu măsură şi cu explicaţiole de rigoare. În fond, cititorul citeşte rubrica financiară tocmai pentru a primi o explicaţie sau o interpretare; datele le găseşte şi pe site-ul bursei, al firmei, sau la registrul comerţului. În ultimă instanţă, cifrele reprezintă doar instrumente menite să faciliteze relatarea, şi în nici un caz substanţa articolului, de aceea trebuie tratate ca nişte accesorii, nu ca şi scopuri în sine.

Recomandări pentru utilizarea datelor şi cifrelor:

- în intro se foloseşte una, maxim două cifre oricât ar părea de necesare şi altele
- cifrele trebuie distribuite de-a lungul articolului, atât cât este posibil. Când nu este posibil, se vor alterna cu citate
- cifrele legate între ele sau cu semnificaţii apropiate sau înrudite se păstrează la un loc
- în general, datele şi cifrele exacte îl sperie de cititor, de aceea, oricât ar fi de necesare, volumul lor trebuie redus la minim
- unde datele sunt multe şi indispensabile, în măsura posibilului, se vor organiza în tabele şi grafice, unde vor ocupa un spaţiu mai mic şi vor fi mai uşor de urmărit şi interpretat
- datele utilizate trebuie atent verificate ori de câte ori este nevoie

Utilizarea citatelor

În orice tip de jurnalism, citatele dau dinamism şi culoare articolelor şi e greu de conceput un material care să se lipsească cu totul de aceste instrumente care dau, în acelaşi timp, credibilitate şi verosimilitate situţiei descrise. Aşadar, este recomandat şi este necesar să fie introdus un citat relevant chiar după intro, în al doilea, sau cel târziu, în al treilea paragraf. Iar dacă documentarea s-a făcut temeinic şi există multe puncte de vedere, nici nu este dificil de ales citatele semnificative din baza documentară. Citatele sporesc realismul situaţiei descrise, conferă un plus de autenticitate, deoarece redau cu acurateţă maximă exprimarea unei persoane reale, şi nu fictive. În acelaşi timp, ele schimbă ritmul şi dau culoare textului. Folosirea lor se impune şi datorită imposibilităţii de a surprinde în mod exact, cu ajutorul limbajului economic sau financiar, exprimările informale ale unor indivizi, adesea în jargonul specific economic.

Definiţii şi explicaţii

Aşa cum se ştie şi s-a demonstrat, textul publicistic de factură economică este unul specializat. Întrebarea este cât de specializat sau de accesibil trebuie şi care este nivelul optim în această privinţă. În general, se consideră o eroare a porni de la premisa că cititorii sunt cu toţii specialişti şi mari specialişti (mai mari decât jurnalistul) şi că nivelul de accesibilitate al articolului trebuie să fie unul foarte ridicat. Într-adevăr, specialişti există în toate domeniile economice, dar nimeni nu este specialist în toate şi în toate subiectele tratate într-o publicaţie (emisiune) de profil. Mulţi cititori cumpără şi parcurg în fugă presa financiară pentru a afla ştirile care îi afectează în mod direct, respectiv cele legate fie de propria activitate, fie de gestionarea propriilor resurse financiare, restul rămâne necitit, din lipsă de interes. Rolul jurnalistului economic este să ofere explicaţii şi să definească termenii tehnici pe parcursul articolului. Chiar dacă textul poate apărea încărcat pentru unii, cititorii iniţiaţi vor sări cu uşurinţă aceste pasaje explicative. Pentru a ocoli totuşi didacticismul, repetiţia şi eventuale redundanţe de text, se poate recurge la câteva artificii:

- în locul unei definiţii explicite şi stânjenitoare, se va plasa, cât mai natural în text, o expresie echivalentă
- după ce un termen tehnic a fost utilizat într-o propoziţie, în pasajul următor va fi înlocuit cu definiţia sa. Aceasta poate să fie una într-o expresie familiară, nu neapărat definiţia de manual, uneori seacă şi abstractă
- se va insera o definiţie clară, standard, în momentul în care e de bănuit că cititorii sunt pe punctul de a abandona lectura, deoarece ignoranţa îi face să se simtă inconfortabil sau chiar iritaţi
- uneori sunt necesare adevărate serii explicative, mai ales când este vorba despre un proces

Temă 3

Alegeţi o companie reprezentativă pentru oraşul, judeţul, zona în care locuiţi/studiaţi, încercând să faceţi un profil complet ale acesteia, printr-o judicioasă documentare şi prin redactarea mai multor articolede tip ştire, analiză, reportaj sau interviu.

III. Anexe

Glosar

Banca comercială - o intreprindere lucrativă, specializată în ansamblul activităţii economice, care furnizează bani, capital celorlalţi agenţi economici, persoane fizice sau juridice, pe baza resurselor atrase, dar şi pe baza capitalului propriu

Banca Naţională a României - acţionează ca o bancă a bancherilor, deţinând majoritatea rezervelor băncilor comerciale, este bancă de emisie, punând în circulaţie bancnote şi monedă divizionară, este mandatată să conducă politica monetară şi de credit a ţării şi să caute căile de menţinere a puterii de cumpărare a monedei nationale

Trezoreria statului - este serviciul public însărcinat cu gestionarea fondului public, cu asigurarea echilibrului permanent dintre încasările generatoare de lichidităţi şi plăţi exigibile, dintre veniturile publice şi cheltuielile publice, cu finanţarea deficitului bugetar, cu gestionarea datoriei publice, toate concurând la asigurarea echilibrului monetar şi al echilibrului general al economiei

Fluxul de numerar (cash flow) - indicatorul de **cash flow,** ce se determină prin bugetul de trezorerie, este expresia sumei fluxurilor de numerar din activitatea de exploatare, fluxurilor de numerar din activitatea de investiţii şi a fluxurilor de numerar din activitatea financiară

Bonitatea financiară - exprimă starea de încredere pe care o prezintă o întreprindere privată în a desfăşura activităţi de producţie şi de comercializare şi de a-şi respecta toate obligaţiile băneşti de pe o anumită perioadă de timp

Bugetul - este un plan alcătuit din cifre, într-o ordine determinată, a veniturilor şi cheltuielilor, care se vor produce şi balansa în gestiunea economică a unui corp public pe o perioadă următoare de un an. Bugetul de stat prevede şi autorizează în forma legislativa cheltuielile şi resursele statului, având caracter obligatoriu, fiind supus aprobării Parlamentului

Deficitul bugetar – este o creştere mai rapidă a cheltuielilor faţă de veniturile publice. Deficitul bugetar este cauzat de creşterea accelerată a cheltuielilor publice, de încetinirea ritmului de creştere a veniturilor sau de fenomene conjuncturale ce îşi transmit influenţa prin intermediul cursului de schimb şi a ratei dobânzii

Societatea comercială - este o unitate economică cu o existenţă juridică şi autonomie decizională care produce bunuri şi prestează servicii pe baze comerciale lucrative

Societăţi cu nume colectiv (SNC) – obligaţiile societăţi sunt garantate cu patrimonial societăţii şi al asociaţilor.

Societăţi în comandită simplă (SCS) – răspunderea este nelimitată şi solidară a asociaţilor comanditei.

Societăţi în comandită pe acţiuni (SCA) – capitalul social este împărţit în acţiuni, obligaţiile sociale sunt garantate cu patrimoniu societăţii, cu răspundere nelimitată şi solidară a asociaţilor comanditei.

Societăţi pe acţiuni (SA) – obligaţiile societăţii sunt garantate cu patrimoniul societăţii, acţionarii fiind obligaţi numai la plata acţiunilor lor

Societăţi cu răspundere nelimitată (SRL) – obligaţiile societăţii sunt garantate cu patrimoniul societăţi.

Inflaţia - este procesul de creştere semnificativă şi persistentă a nivelului preţurilor. De asemenea, inflaţia mai poate fi definită prin scăderea puterii de cumpărare a unei unităţi monetare, respectiv a cantităţii de bunuri şi servicii ce poate fi achiziţionată prin intermediul unei unităţi monetare

Rata şomajului - se determină prin raportarea numărului total de şomeri la populaţia activă şi se exprimă în procente

Economia subterană - reprezintă ansamblul activităţilor economice desfăşurate organizat, cu încălcarea normelor sociale şi ale legilor economice, având drept scop obţinerea unor venituri ce nu pot fi controlate de stat

Spălarea banilor - este procesul sau complexul de acţiuni prin care infractorii încearcă şi uneori reuşesc să ascundă originea şi posesia reală a veniturilor ce provin din activităţile lor ilegale

P**iaţa de capital -** reprezintă o piaţă specializată unde se întâlnesc şi se reglează în mod liber cererea şi oferta de active financiare pe termen mediu si lung

Bursa - este locul unde se negociază (se vând şi se cumpără) valori mobiliare sau mărfuri, după o procedură anumită şi numai de către anumiţi intermediari sub supravegherea unor autorităţi

Emitentul – este societatea pe acţiuni ce are dreptul de a emite certificate de valoare (acţiuni) cu caracter de investiţie pentru a obţine bani, capital necesar dezvoltării

Investitorul – persoana fizică sau juridică ce investeşte bani într-o societate prin cumpărarea de valori mobiliare, cu scopul de a obţine avantaje economice sub forma profitului sau a dreptului de proprietate şi de tranzacţionare.

Intermediarul – persoana juridică specializată ce comercializează valori mobiliare prin intermediul unei reţele proprii de agenţi pentru clienţii investitori

Broker-ul – agentul de servicii pentru investiţii financiare (ASIF) - o persoană fizică specializată şi autorizată care, contra unui comision, intermediază tranzacţii între participanţi, efectuate pe răspunderea şi riscul clienţilor investitori

Registratorul – o societate independentă ce atestă autenticitatea valorilor mobiliare, ţine evidenţa certificatelor emise de către emitent, ţine evidenţa la zi a deţinătorilor de valori mobiliare

Valori mobiliare - instrumente financiare negociabile transmise prin tradiţiune sau prin înscriere în cont, care conferă drepturi egale pe categorie, dând deţinătorilor dreptul la o fracţiune din capitalul social al emitentului sau un drept de creanţă general asupra patrimoniului emitentului, şi sunt susceptibile de tranzacţionare pe o piaţă reglementată

Impozitul - reprezintă o formă de prelevare a unei părţi din veniturile şi/sau averea persoanelor fizice şi juridice, la dispoziţia statului, în vederea constituirii resurselor necesare acoperirii cheltuielilor publice

Impunerea - reprezintă un complex de măsuri şi operaţiuni (politice şi de tehnică fiscală), efectuate în baza legii, care au ca scop final stabilirea impozitului ce revine în sarcina unei persoane fizice sau juridice

Produsul intern brut (PIB) - este venitul obţinut de pe urma tuturor bunurilor şi serviciilor produse în cadrul frontierelor unui stat, indicat de obicei cumulat pe un an întreg