

(16pt)

(16pt)

TITLUL ARTICOLULUI (16pt, bold, capitals, center)

(12pt)

(12pt)

Prenume Nume, Prenume Nume și Prenume Nume (14pt, center)

Program de studii, An, grupa (12pt, center)

Coord. Științific: Grad didactic, Prenume Nume (14pt, center)

(12pt)

(12pt)

REZUMAT (12pt, bold, capitals, left)

Rezumatul prezintă tema, obiectivul cercetării și rezultatele. (11pt, italics, justify).

CUVINTE CHEIE (12pt, bold, capitals, left): *Rezumatul este însoțit de 4 - 6 termeni cheie care reflectă specificitatea articolului* (11pt, italics, justify).

(12pt)

(12pt)

1. INTRODUCERE (12pt, bold, capitals, left)

(12pt)

Introducerea prezintă motivația alegerii temei, obiectivul cercetării și demersul de cercetare.

(12pt)

Sursele bibliografice utilizate trebuie incluse în lucrare, acolo unde s-au utilizat efectiv, sub forma referirii la numele autorului sau autorilor și a anului lucrării.

(12pt)

(12pt)

2. TITLU (12pt, bold, capitals, left)

(12pt)

În cuprinsul articolului se prezintă contextul cercetării, se realizează poziționarea în literatura de specialitate și se descriu contribuțiile studiului.

(12pt)

În cuprinsul lucrării se utilizează după necesități titluri și subtitluri.

2.1. Subtitlu (12pt, bold, left)

(12pt)

Pentru tehnoredactarea articolului **folosiți acest format** care are următoarele caracteristici:

- Format A4 (297x210)
- Font: Times New Roman, size 12, spațiere între linii: un rând. A nu se folosi logo-uri, embleme, fonturi fanteziste.
- Redactarea se realizează într-o singură coloană, continuu, fără spații libere, cu excepția rândurilor dintre titlurile de capitole și text, dintre paragrafe sau dintre text și figuri, tabele.

(12pt)

Titlurile de capitole trebuie să aibă continuitate în numerotare, iar numărul rangurilor de **subtitluri** nu trebuie să fie mai mare de 2 (de exemplu, **1.2.1.**), prezența și numărul lor fiind la alegerea autorului.

(12pt)

Numărul paginii nu se va insera în lucrare.

(12pt)

Figurile, graficele, tablele se aliniază la **centru**, **se numerotează și se formatează** în negru și alb. Figurile, graficele, tablele au titluri scrise deasupra acestora.

(12pt)

CONCLUZII (12pt, bold, capitals, left)

Concluziile reiau în jumătate de pagină principalele idei ale lucrării.

(12pt)

(12pt)

BIBLIOGRAFIE (12pt, bold, capitals, left) (cuprinde doar sursele citate în text, prezentate în ordine alfabetică a numelui autorilor)

(11pt)

[**Carte**] Kaplan, R.S. & Norton, D.P. (2001) *The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment*, Boston: Harvard Business School Press (11pt)

[**Articol**] Kaplan, R.S. & Norton, D.P. (2004) „How strategy maps frame an organization's objectives”, *Financial Executive*, vol. 20, no. 2: 40-45

[**Website**] Kellen, V. (2003) „Business performance measurement – at the crossroads of strategy, decision-making, learning and information visualization”, disponibil on-line la www.kellen.net/bpm.htm

Exemplu de prezentare text și bibliografie

Creativitatea contabilă poate fi determinată de lacunele normelor contabile sau, uneori, profesioniștii contabili sunt orientați spre anumite judecăți profesionale subiective chiar de prevederile normelor contabile. De exemplu, în Cadrul general de întocmire și prezentare a situațiilor financiare se prevede că atunci când aplicarea unei norme nu corespunde imaginii fidele se poate face derogare de la acea normă pentru reflectarea cât mai corectă a realității. La baza acestei judecăți va sta raționamentul profesional.

Totuși, nu poate fi făcută o delimitare netă între contabilitatea creativă și fraudă contabilă. „Dezvoltarea contabilității creative, în partea ei perversă, favorizată de lacunele normelor contabile, face dificilă sau chiar imposibilă aprecierea situației reale a întreprinderii și produce o alterare serioasă a adevărului contabil” (Ionașcu, 2003). Susținând aceleași idei, într-o lucrare de specialitate (Naser, 1993), contabilitatea creativă este prezentată, pe de o parte, ca: procesul prin care, dată fiind existența unor breșe în reguli, se manipulează cifrele contabile și, profitând de flexibilitate, se aleg acele practici de măsurare și informare ce permit transformarea documentelor de sinteză din ceea ce ele ar trebui să fie în ceea ce managerii doresc, iar pe de altă parte, ca: procesul prin care tranzacțiile sunt structurate de asemenea manieră încât să permită „producerea” rezultatului contabil dorit.

2. TEHNICI ALE CONTABILITĂȚII CREATIVE

Cele mai frecvente practici de contabilitate creativă vizează influențarea nivelului rezultatelor și modificarea ratei îndatorării. În literatura de specialitate, acestea sunt grupate în trei categorii: tehnici care influențează contul de profit și pierdere; tehnici care influențează bilanțul și tehnici care denaturează informațiile din notele la situațiile financiare.

2.1. Tehnici care influențează contul de profit și pierdere

Tehnicile contabilității creative care influențează contul de profit și pierdere, respectiv rezultatul contabil vizează modificarea acestuia, în sensul creșterii, al reducerii sau al menținerii în anumite limite. Majorarea rezultatului contabil poate fi urmărită de către manageri cu scopul de a influența piața financiară, mai ales atunci când urmează o nouă emisiune de acțiuni, pentru a-și majora remunerația care li se cuvine (aceasta fiind determinată de profit) sau pentru a fi în acord cu previziunile analiștilor financiari în ceea ce privește mărimea rezultatului estimat. Apoi, sunt

suficiente cazuri când managerii doresc să prezinte un rezultat contabil diminuat, și anume: atunci când vor să-și diminueze baza impozabilă pentru a plăti un impozit mai mic, în situația în care doresc ei înșiși să cumpere acțiuni, urmăresc diminuarea prețului acestora, în cazul în care nu vor să atragă atenția sindicatelor care doresc salarii mai mari sau a autorităților publice care pot cere anumite sponsorizări. De asemenea, sunt și întreprinderi care recurg la o politică de „netezire” a rezultatului, având în vedere că fluctuațiile acestuia sunt interpretate de investitori ca un factor de risc. Acestea sunt exemple de situații care determină managerii firmelor să cosmetizeze mărimea rezultatului contabil. În continuare vom face o prezentare concretă a unor tehnici de „aranjare” a rezultatului în direcția dorită.

Structurarea politicilor de ajustare a rezultatului contabil poate fi făcută de maniera următoare (Ionescu, 2003):

- ❖ politica cheltuielilor și veniturilor calculate (amortizări, ajustări și provizioane);
- ❖ majorarea sau diminuarea subiectivă a veniturilor și cheltuielilor;
- ❖ politica de supraevaluare sau subevaluare a unor costuri;
- ❖ capitalizarea cheltuielilor privind dobânzile;
- ❖ politica lease-back-ului;
- ❖ practicarea prețurilor de transfer „ajustate” între întreprinderile aceluiași grup.

BIBLIOGRAFIE

- Caraiani, C., Dumitrana, M. & Dascălu, C. (2006) *Controlul de gestiune în contextul globalizării*, București: CECCAR
- Dingley, J., Durkheim, C. & Mayo, G.E. (1997) “Morality and Management”, *Journal of Business Ethics*, vol. 16, no. 11: 1-18
- Ionașcu, I. (2003) *Dinamica doctrinelor contabilității contemporane. Studii privind paradigmele și practicile contabilității*, București: Ed. Economica