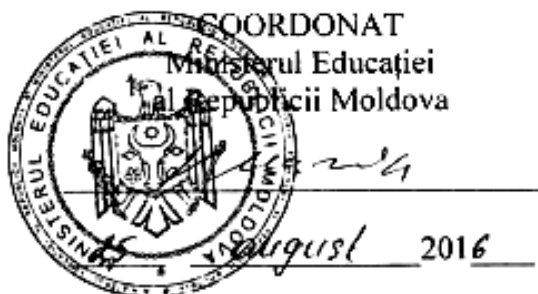


MINISTERUL EDUCAȚIEI AL REPUBLICII MOLDOVA

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN MOLDOVA



Nr. de înregistrare 382-01-17748

APROBAT
Senatul ASEM
02 martie 2016
Proces verbal nr. 4



Gr. BELOSTECINIC

PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÎNT

Ciclul I – studii superioare de licență, nivelul de calificare ISCED - 6

Facultatea: **Business și administrarea afacerilor**

Domeniul general de studii: **36. Științe economice**

Domeniul de formare profesională: **362. Marketing și logistică**

Specialitatea: **362.1. Marketing și logistică**

Numărul total de credite de studiu: **180**

Titlul obținut: **Licențiat în științe economice**

Baza admiterii: **Diploma de bacalaureat sau un act echivalent de studii, diploma de studii superioare**

Limba de instruire: **Română, rusă**

Forma de organizare: **Învățământ cu frecvență**

CHIȘINĂU, 2016

NOTA EXPLICATIVĂ

I. Introducere

Necesitățile societății în formarea specialistului în domeniul Marketing și Logistică rezultă din activitățile de marketing ale firmei: organizarea și dezvoltarea departamentului de marketing; cercetarea de marketing; elaborarea politicilor și a instrumentelor de marketing; aplicarea tehnicilor de comunicare și promovare; planificarea și realizarea operațiunilor logistice. Îndeplinirea acestor funcții în diverse tipuri de întreprinderi și organizații publice și private constituie arealul de angajare al absolvenților domeniului Marketing și Logistică care, pentru a fi competitivi pe piața muncii, trebuie să posede un set de abilități sociale și competențe profesionale.

În conformitate cu misiunea și obiectivele strategice ale ASEM, acest program de formare profesională este orientat spre realizarea cerințelor majore înaintate de piața forței de muncă și are scopul de a forma specialiști competenți, capabili să se dezvolte continuu și să colaboreze pentru a satisface cerințele clienților.

În procesul de elaborare a programului au fost parcurse următoarele 5 etape:

1. **Fundamentare (stabilirea elementelor de intrare).** S-a efectuat: analiza documentelor normative și reglatoare cu referire la procesele educaționale în învățământul superior; analiza prealabilă referitoare la nevoile specifice exprimate de clienți, beneficiari și parteneri (cadre științifico - didactice, absolvenți, studenți și firme sau organizații interesate); analiza celor mai noi direcții de dezvoltare în domeniul de formare; analiza comparativă a planurilor de studii pe baza unor modele de la universități de prestigiu din țară și străinătate; analiza metodologiilor specifice actuale de predare în domeniu; analiza și evaluarea prealabilă a propunerilor venite din partea unor specialiști externi / studenți; analiza neconformităților constatate pe parcursul anilor universitari precedenți;
2. **Predeterminarea rezultatelor (elemente de ieșire)** – au fost stabilite rezultatele învățării (competențele), pe care trebuie să le atingă studenții, prin alegerea dintr-o gamă largă de finalități a acelor relevante pentru studenți și piața forței de muncă;
3. **Asigurarea unui proces relevant de învățare** – s-a luat decizia asupra modului în care studenții trebuie să fie sprijiniți pentru a atinge finalitățile de studiu. Au fost stabilite și selectate: unitățile de curs adecvate pentru formarea competențelor proiectate; volumul de muncă necesar (punctele credite) pentru realizarea fiecărui curs; consecutivitatea și modalitatea predării cursurilor;
4. **Stabilirea modului de evaluare** – s-a luat decizia asupra modului în care se va determina dacă și când studenții au atins finalitățile de studiu proiectate;
5. **Redactarea, analiza, verificarea, validarea și aprobarea planului de studii.**

II. Concepția formării specialistului

Programul are menirea de a pregăti specialiști pentru activități ce țin de marketing la general, cercetări de marketing, precum și conducerea subdiviziunii de marketing, de vânzări sau logistică ale organizațiilor. La nivel de întreprindere, specialistul din domeniul Marketing și Logistică este cel care trebuie să asigure buna desfășurare a mai multor activități: cercetarea pieței, a consumatorului și a altor factori ai mediului de marketing; planificarea și realizarea activităților privind politicile de produs, de preț, de plasament și de promovare; organizarea departamentului de marketing al întreprinderii, logistica comercială. Totodată, absolvenții domeniului de formare Marketing și Logistică vor fi capabili să activeze atât în firmele comerciale, cât și cele non-profit.

Specialiștii sunt instruiți în vederea realizării de activități de marketing în întreprinderi, organizații și instituții ale statului, prin creare și realizare de programe de marketing axate spre realizarea obiectivelor organizațiilor; planificarea și realizarea operațiunilor logistice.

Absolvenții programului se pot angaja în întreprinderi și organizații cu diferite forme de proprietate (de stat, privată sau mixtă) din diverse ramuri ale economiei naționale și sunt pregătiți pentru a ocupa funcții de economist; agent de achiziții; agent comercial; specialist marketing și vânzări; specialist comunicare. Absolvenții își pot continua studiile la ciclul II de studii superioare – Master.

Marketingul și Logistica este un domeniu profesional cu tradiții, puternic dezvoltat în SUA, Japonia și Europa. Instruirea specialiștilor în acest domeniu se face de mai multe decenii în multiple centre universitare ale Comunității Europene, iar absolvenții sunt solicitați pe piața forței de muncă, fiind antrenați în activități practice de succes; sunt promotori ai progresului.

În Republica Moldova marketingul a devenit curs universitar și specialitate la începutul anilor 90 în cadrul mai multor universități autohtone, fiind predecesor al specialității Comerț din cadrul Universității de Stat din Moldova. Din 2006 specialitatea îmbină două domenii conexe Marketing și Logistică.

În acest context, acest domeniu de formare profesională are drept scop să formeze *personalități integre, creative și competente profesional*, pentru a corespunde cerințelor actuale și de perspectivă a pieței forței de muncă locale și internaționale, care vor:

- conștientiza importanța practicării unor activități eficiente și eficace în viața profesională și cea cotidiană;
- forma și dezvolta competențele necesare pentru autorealizare și avansare în cariera profesională și în afaceri;
- acumula un ansamblu de cunoștințe, competențe, dezvolta abilități și crea plusvaloare academică în domeniul Marketing și Logistică care va servi drept bază pentru dezvoltarea personală și profesională.

Totodată, programul va dezvolta la studenți următoarele **competențe - cheie generice**: Competența de rezolvare a problemelor; Spirit de inițiativă și antreprenorial; Gândire critică și strategică; Competența de muncă în echipă; Competența de învățare; Creativitate; Competența de comunicare utilizând și o limbă străină; Competența de operare cu tehnologia informatică; Înțelegere pentru culturile și obiceiurile altor popoare.

Pentru a realiza cu succes această ofertă educațională, în ASEM este creat un *mediu educațional adecvat, calitativ și productiv, centrat pe student*, care se bazează pe următoarele principii de organizare a formării:

- crearea unui mediu de învățare autentic, apropiat de mediul afacerilor și relevant intereselor persoanei, pentru realizarea obiectivelor proiectate: însușirea de cunoștințe, formarea de deprinderi și de competențe personale și profesionale;
- îmbinarea aspectelor de natură teoretică cu cultivarea unor abilități legate de realitățile activităților din domeniul marketingului;
- structurarea demersurilor educaționale pe concepția “învăță acționând” și dezvoltarea unor dexterități de ordin practic;
- valorificarea unor tehnici moderne de instruire, inclusiv de dezvoltare a creativității.

III. Finalități de studiu

Finalitățile se vor realiza prin valorificarea conținutului unităților de curs, dar și prin utilizarea adecvată a activităților de predare - învățare - cercetare - evaluare.

La finalizarea studiilor studentul va fi competent:

1. Să demonstreze abilități cognitive (cunoaștere, înțelegere, aplicare, analiză, sinteză, evaluare) în următoarele domenii: Teorie economică, Marketing, Logistică, Management, Piețe, Clienți, Drept, Finanțe, Sisteme informaționale;
2. Să inițieze o afacere;
3. Să organizeze procesul de cercetare în marketing,
4. Să identifice problemele de marketing din întreprindere (scopul cercetării);
5. Să selecteze și să aplice metodele de cercetare în marketing, potrivit scopului urmărit;
6. Să inițieze programe de promovare și stimulare a vânzărilor;
7. Să posede tehnicile de vânzare și promovare, utilizate în marketing și să le adapteze la specificul clienților;
8. Să comunice convingător și eficient;
9. Să organizeze activitatea de marketing din întreprindere;
10. Să asigure desfășurarea activităților în conformitate cu legile și normele stabilite;
11. Să ajusteze activitatea la cerințele clienților;
12. Să adopte decizii optime în condiții de certitudine, incertitudine, risc;
13. Să elaboreze strategii de marketing în organizație;
14. Să evalueze și să îmbunătățească eficiența și eficacitatea activităților de marketing și logistică;
15. Să se automatizeze și să sporească eficiența propriei activități;
16. Să formeze echipe și să dezvolte colaborarea;
17. Să asigure și să gestioneze utilizarea eficientă a resurselor materiale, financiare și informaționale;
18. Să elaboreze și să coordoneze realizarea proiectelor;
19. Să cunoască aria de competență și implicare a specialiștilor în marketing;
20. Să elaboreze judecăți bazate pe cunoașterea problematicii sociale și etice care apar în muncă sau studiu.

CALENDARUL UNIVERSITAR

Anul de studii	Activități didactice		Sesiuni de examene		Stagii de practică	Vacanțe		
	Sem. I	Sem. II	Sem. I	Sem. II		Iarnă	Primăvară	Vară
I	01.09 - 15.12 (15 săpt.)	01.02 - 22.05 (15 săpt.)	16.12 - 29.01 (4 săpt.)	23.05 - 19.06 (4 săpt.)	-	25.12 - 15.01 (3 săpt.)	Paște (1 săpt.)	20.06 - 31.08 (10 săpt.)
II	01.09 - 15.12 (15 săpt.)	01.03 - 22.05 (11 săpt.)	16.12 - 29.01 (4 săpt.)	23.05 - 19.06 (4 săpt.)	01.02 - 28.02 (4 săpt.)	25.12 - 15.01 (3 săpt.)	Paște (1 săpt.)	20.06 - 31.08 (10 săpt.)
III	01.09 - 15.12 (15 săpt.)	25.01 - 28.02 (5 săpt.)	16.12 - 24.01 (4 săpt.)	01.03 - 08.03 (1 săpt.)	09.03 - 03.05 (7 săpt.)	25.12 - 08.01 (2 săpt.)	Paște (1 săpt.)	-

PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE/ANI DE STUDII

ANUL I de STUDII

SEMESTRUL I

Cod	Denumirea unității de curs	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Ore pe săptămână în auditoriu				Forma de evaluare	Nr. puncte credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator/Practice	Total	din care				
									Curs	Seminar	Lab./Pract.		
F.01.O.001.21	Microeconomie	150	60	90	30	30	-	4	2	2	-	E	5
F.01.O.002.62	Matematică economică	150	60	90	30	30	-	4	2	2	-	E	5
G.01.O.003.63	Informatică economică	150	60	90	14	-	46	4	1	-	3	E	5
F.01.O.004.32	Istoria gândirii economice	150	44	106	30	14	-	3	2	1	-	E	5
U.01.O.005.24	Arta comunicării și etica profesională*	150	60	90	30	30	-	4	2	2	-	E	5
G.01.O.006.33	Limba străină de afaceri I (eng., fr., germ., span.)	150	90	60	-	90	-	6	-	6	-	E	5
G.01.O.007.15	Educație fizică I	30	30	-	-	30	-	2	-	2	-	V	-
Total		930	404	526	134	224	46	27	9	15	3	6E, 1V	30

*Se va preda în limba română și pentru studenții din grupele alolingve.

ANUL I de STUDII

SEMESTRUL II

Cod	Denumirea unității de curs	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Ore pe săptămână în auditoriu				Forma de evaluare	Nr. puncte credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator/Practice	Total	din care				
									Curs	Seminar	Lab./Pract.		
F.02.O.008.21	Macroeconomie	150	60	90	30	30	-	4	2	2	-	E	5
S.02.O.009.12	Marketing I (general și business to business)	150	60	90	30	30	-	4	2	2	-	E	5
F.02.O.010.21	Economia unităților economice	150	60	90	30	30	-	4	2	2	-	E	5
F.02.O.011.62	Statistică	150	60	90	30	30	-	4	2	2	-	E	5
U.02.O.012.31	Economie mondială și integrare europeană	150	44	106	30	14	-	3	2	1	-	E	5
G.02.O.013.33	Limba străină de afaceri II (eng., fr., germ., span.)	150	90	60	-	90	-	6	-	6	-	E	5
G.02.O.014.15	Educație fizică II	30	30	-	-	30	-	2	-	2	-	V	-
Total		930	404	526	150	254	-	27	10	17	-	6E, 1V	30

ANUL II de STUDII

SEMESTRUL III

Cod	Denumirea unității de curs	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Ore pe săptămână în auditoriu				Forma de evaluare	Nr. puncte credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator/ Practice	Total	din care				
									Curs	Seminar	Lab./Pract.		
F.03.O.015.62	Econometrie	150	60	90	30	30	-	4	2	2	-	E	5
S.03.O.016.12	Marketing II (general și business to business)	150	60	90	30	30	-	4	2	2	-	E	5
U.03.O.017.23	Dreptul afacerilor	120	60	60	30	30	-	4	2	2	-	E	4
F.03.O.018.14	Merceologia și expertiza mărfurilor	120	90	30	44	30	16	6	3	2	1	E	4
F.03.O.019.52	Contabilitate	120	60	60	30	30	-	4	2	2	-	E	4
F.03.O.020.11	Management	120	60	60	30	30	-	4	2	2	-	E	4
Total		780	390	390	194	180	16	26	13	12	1	6E	26
O disciplină opțională													
U.03.A.021.32	Filosofie socială și economică	120	44	76	30	14	-	3	2	1	-	E	4
U.03.A.021.32	Politologie	120	44	76	30	14	-	3	2	1	-	E	4
U.03.A.021.22	Psihologie social – economică	120	44	76	30	14	-	3	2	1	-	E	4
Total discipline obligatorii și opționale		900	434	466	224	194	16	29	15	13	1	7E	30

ANUL II de STUDII

SEMESTRUL IV Activitatea didactică – 11 săptămâni

Cod	Denumirea unității de curs	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Ore pe săptămână în auditoriu				Forma de evaluare	Nr. puncte credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator/ Practice	Total	din care				
									Curs	Seminar	Lab./Pract.		
S.04.O.022.12	Logistică	120	60	60	30	30	-	6	3	3	-	E	4
S.04.O.023.12	Marketingul serviciilor	120	60	60	30	30	-	6	3	3	-	E	4
S.04.O.024.12	Comportamentul consumatorului	120	44	76	30	14	-	4	3	1	-	E	4
G.04.O.025.42	Finanțe	90	44	46	30	14	-	4	3	1	-	E	3
S.04.O.026.12	Cercetări de marketing / Proiect de an	90/ 90	60	30/ 90	30	-	30	6	3	-	3	E/ E	3/ 3
S.04.O.027.12	Practica în producție	180	160	20	-	-	-	-	-	-	-	E	6
Total		810	428	382	150	88	30	24	15	8	3	7E	27
O disciplină opțională													
S.04.A.028.11	Cultura afacerilor	90	44	46	22	22	-	4	2	2	-	E	3
S.04.A.028.11	Managementul riscurilor în afaceri	90	44	46	22	22	-	4	2	2	-	E	3
Total discipline obligatorii și opționale		900	472	428	172	110	30	30	17	10	3	8E	30

ANUL III de STUDII

SEMESTRUL V

Cod	Denumirea unității de curs	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Ore pe săptămână în auditoriu				Forma de evaluare	Nr. puncte credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator/ Practice	Total	din care				
									Curs	Seminar	Lab./Pract.		
F.05.O.029.52	Analiza economico - financiară	120	60	60	30	30	-	4	2	2	-	E	4
S.05.O.030.12	Agromarketing	150	60	90	30	30	-	4	2	2	-	E	5
S.05.O.031.12	Marketingul turistic	120	44	76	30	14	-	3	2	1	-	E	4
F.05.O.032.11	Antreprenariat	120	60	60	30	30	-	4	2	2	-	E	4
S.05.O.033.12	Tehnici promoționale	150	60	90	30	30	-	4	2	2	-	E	5
Total		660	284	376	150	134	-	19	10	9	-	5E	22
O disciplină opțională I													
S.05.A.034.12	Depozitarea și gestiunea stocurilor de mărfuri	120	60	60	30	30	-	4	2	2	-	E	4
S.05.A.034.12	Marketing social – politic	120	60	60	30	30	-	4	2	2	-	E	4
O disciplină opțională II													
S.05.A.035.14	Turismul internațional	120	44	76	30	14	-	3	2	1	-	E	4
S.05.A.035.42	Fiscalitate	120	44	76	30	14	-	3	2	1	-	E	4
S.05.A.035.61	Sisteme informatice în marketing	120	44	76	14	-	30	3	1	-	2	E	4
Total discipline obligatorii și opționale		900	388	512	180	178	30	26	13	11	2	7E	30

ANUL III de STUDII

SEMESTRUL VI Activitatea didactică – 5 săptămâni

Cod	Denumirea unității de curs	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Ore pe săptămână în auditoriu				Forma de evaluare	Nr. puncte credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator/ Practice	Total	din care				
									Curs	Seminar	Lab./Pract.		
S.06.O.036.12	Marketing internațional	120	52	68	28	24	-	13	7	6	-	E	4
S.06.O.037.12	Tehnici de vânzări	120	52	68	28	24	-	13	7	6	-	E	4
S.06.O.038.12	Practica de licență	360	280	80	-	-	-	-	-	-	-	E	12
Total		600	384	216	56	48	-	26	14	12	-	3E	20
Total discipline obligatorii și opționale în planul de învățământ		5160	2486	2674								37E, 2V	170
<i>Examenul de licență</i>													10
Total credite de studii acumulate													180

EXAMENUL DE LICENȚĂ

Nr. crt.	Denumirea activității	Perioada
1.	Suținerea tezei de licență	Sem. VI, Mai - Iunie

STAGIILE DE PRACTICĂ

Stagiile de practică	Sem.	Durata nr. săpt.	Perioada	Număr de credite
1. Practica în producție	IV	4	Februarie	6
2. Practica de licență	VI	7	Martie - Mai	12

DISCIPLINE FACULTATIVE (LA LIBERA ALEGERE)

Denumirea disciplinei	Anul	Sem.	Număr de ore pe tipuri de activități			Evaluări	Nr. de credite
			C	S	L/P		
1. Limba română pentru alolingvi	I	I		30	-	E	2
2. Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	I-III	II-V		30	-	E	2
3. Sociologie	I	II	16	14	-	E	2
4. Ecologie și protecția mediului	I	II	16	14	-	E	2
5. Programare WEB	I	II	16	14	-	E	2
6. Drept comunitar	I	II	16	14	-	E	2
7. Deontologia asistentului social	I	II	16	14	-	E	2
8. Cultura comunicării	I	II	16	14	-	E	2
9. Fiabilitatea sistemelor	I	II	16	14	-	E	2
10. Bazele contabilității	I	II	16	14	-	E	2
11. Tehnologiile aplicațiilor Office	I	II	16	14	-	E	2
12. Etica profesională	I	II	16	14	-	E	2
13. Economie mondială și integrare europeană	I	II	16	14	-	E	2
14. Design și estetica mărfurilor	II	III	16	14	-	E	2
15. Cibernetică sistemelor economice	II	III	16	14	-	E	2
16. Metodologia cercetărilor științifico-economice	II	III	16	14	-	E	2
17. Istoria administrației publice din Republica Moldova	II	III	16	14	-	E	2
18. Migrație și dezvoltare	II	III	16	14	-	E	2
19. Studiul comunicării publice	II	III	16	14	-	E	2
20. Metode numerice	II	III	16	14	-	E	2
21. Asamblarea și depanarea PC	II	III	16	14	-	E	2
22. Psihologia comunicării de afaceri	II	III	16	14	-	E	2
23. Filosofia dreptului	II	III	16	14	-	E	2
24. Geoeconomia	II	IV	16	14	-	E	2
25. Cultura afacerilor	II	IV	16	14	-	E	2
26. Oenologie	II	IV	16	14	-	E	2
27. Bazele nutriției	II	IV	16	14	-	E	2
28. Dreptul European	II	IV	16	14	-	E	2
29. Activitatea instituțiilor de credit nebancaire	II	IV	16	14	-	E	2
30. Finanțarea nebancaară a întreprinderilor mici și mijlocii	II	IV	16	14	-	E	2
31. Managementul producției	II	IV	16	14	-	E	2
32. Asigurări sociale și medicale	II	IV	16	14	-	E	2
33. Asistența socială a șomerilor	II	IV	16	14	-	E	2
34. Comunicare birotică și de secretariat	II	IV	16	14	-	E	2
35. Politici de ocupare a forței de muncă	II	IV	16	14	-	E	2
36. Grafica interactivă	II	IV	16	14	-	E	2
37. Sisteme de operare II	II	IV	16	14	-	E	2
38. Aditivi și ingrediente în alimentația publică	II	IV	16	14	-	E	2
39. Drept constituțional comparat	II	IV	16	14	-	E	2
40. Tranzacții internaționale	III	V	16	14	-	E	2
41. Comerț internațional	III	V	16	14	-	E	2
42. Design și estetică în marketing	III	V	16	14	-	E	2
43. Igienă și sanitarie	III	V	16	14	-	E	2
44. Psihologia comunicării	III	V	16	14	-	E	2
45. Practici bursiere internaționale	III	V	16	14	-	E	2
46. Corespondența economică în limba străină	III	V	16	14	-	E	2
47. Protecția proprietății intelectuale	III	V	16	14	-	E	2
48. Voluntariat și parteneriat în asistența socială	III	V	16	14	-	E	2
49. Comunicare didactică	III	V	16	14	-	E	2
50. Sisteme informatice contabile	III	V	16	14	-	E	2
51. Economia informațională tenebră	III	V	16	14	-	E	2
52. Control și audit financiar	III	V	16	14	-	E	2
53. Grafica pe calculator	III	V	16	14	-	E	2
54. Urbanism comercial și amenajarea teritoriului	III	V	16	14	-	E	2
55. Corespondența juridică și economică	III	V	16	14	-	E	2

**MATRICEA CORELĂRII FINALITĂȚILOR DE STUDIU A PROGRAMULUI CU
CELE ALE UNITĂȚILOR DE CURS**

Cod	Unitatea de curs	Finalități de studiu																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
F.01.O.001.21	Microeconomie	v	v																v		v
F.01.O.002.62	Matematică economică	v																	v		
G.01.O.003.63	Informatică economică	v																v			
F.01.O.004.32	Istoria gândirii economice	v																			v
U.01.O.005.24	Arta comunicării și etica profesională	v							v		v	v								v	v
G.01.O.006.33	Limba străină	v							v												
G.01.O.007.15	Educație fizică I																				
F.02.O.008.21	Macroeconomie	v			v														v		v
S.02.O.009.12	Marketing I (general și business to business)	v	v	v	v							v								v	v
F.02.O.010.21	Economia unităților economice		v								v					v					v
F.02.O.011.62	Statistică					v									v						
U.02.O.012.31	Economie mondială și integrare europeană				v							v								v	v
G.02.O.013.33	Limba străină de afaceri	v							v												
G.02.O.014.15	Educație fizică II																				
F.03.O.015.62	Econometrie					v									v				v		
S.03.O.016.12	Marketing II (general și business to business)	v	v	v	v		v	v		v		v		v	v		v			v	v
U.03.O.017.23	Dreptul afacerilor	v	v								v										
F.03.O.018.14	Merceologia și expertiza mărfurilor				v	v					v										
F.03.O.019.52	Contabilitate		v																v		
F.03.O.020.11	Management	v	v							v	v		v	v			v				
U.03.A.021.32	Filosofie socială și economică								v												v
U.03.A.021.32	Politologie								v												v
U.03.A.021.22	Psihologie social – economică								v							v				v	v
S.04.O.022.12	Logistică	v			v									v	v				v	v	v
S.04.O.023.12	Marketingul serviciilor				v							v		v						v	v
S.04.O.024.12	Comportamentul consumatorului	v	v		v			v				v				v				v	v
G.04.O.025.42	Finanțe	v	v												v			v			
S.04.O.026.12	Cercetări de marketing / Proiect de an				v	v	v							v					v	v	v
S.04.O.027.12	Practica în producție		v	v	v	v											v	v	v	v	v
S.04.A.028.11	Cultura afacerilor								v	v	v					v	v			v	v
S.04.A.028.11	Managementul riscurilor în afaceri		v								v	v	v					v			
F.05.O.029.52	Analiza economico - financiară		v			v															
S.05.O.030.12	Agromarketing		v		v										v					v	v

S.05.O.031.12	Marketingul turistic		V		V													V	V	
F.05.O.032.11	Antreprenoriat		V						V		V					V			V	
S.04.O.033.12	Tehnici promoționale		V		V	V	V					V		V	V				V	V
S.05.A.034.12	Depozitarea și gestiunea stocurilor de mărfuri		V		V						V		V							
S.05.A.034.12	Marketing social – politic							V		V		V		V					V	V
S.05.A.035.14	Turismul internațional									V							V			
S.05.A.035.42	Fiscalitate		V										V							
S.05.A.035.61	Sisteme informatice în marketing	V									V		V							
S.06.O.036.12	Marketing internațional		V		V							V							V	V
S.06.O.037.12	Tehnici de vânzări		V			V	V			V		V								
S.06.O.038.12	Practica de licență			V	V	V						V	V						V	V
	Examenul de licență	V				V						V							V	V


Examinat și avizat
CONSILIUL FACULTĂȚII
BUSINESS ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
Proces verbal nr. 6 din 1.03.16

Decan,
dr., conf. univ.,

 Angela SOLCAN

Elaborat și validat
CATEDRA **MARKETING ȘI LOGISTICĂ**
Proces verbal nr. 4 din 11.02.16

Șef catedră,
dr., conf. univ.,

 Oxana SAVCIUC