

**MINISTERUL EDUCAȚIEI, CULTURII ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII
MOLDOVA**

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN MOLDOVA

COORDONAT
Ministerul Educației, Culturii și Cercetării al
Republicii Moldova

APROBAT
Senatul ASEM
25 aprilie 2018
Proces verbal nr. 7
Rector ASEM,
academician,

21

Nr. de înregistrare

1855



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: **041. Științe Economice**

Domeniul de formare profesională: **0414 Marketing**

Specialitatea: **0414.1 MARKETING ȘI LOGISTICĂ (rom, rus)**

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

Titlul obținut: **Licențiat în științe economice**

Baza admiterii: **DIPLOMĂ DE COLEGIU, domeniul Științe Economice**

Limba de instruire: **Română, rusă**

Forma de organizare a învățământului: **cu frecvență redusă**

CHIȘINĂU, 2018

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 "învață 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 automotiveze 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 (în săptămâni)

ANUL DE STUDII	Sesiunea de TOAMNĂ	Sesiunea de IARNĂ	Sesiunea de VARĂ	Stagii de PRACTICĂ
<i>Anul I</i>	29.IX - 12.X.	12.I - 27.I	13.IV - 21.IV	
<i>Anul II</i>	13.X - 26.X	02.II - 19.II	11.V - 17.V	
<i>Anul III</i>	15.IX - 28.IX	26.I - 05.II	EXAMENE DE LICENȚĂ 03.VI – 15.VI	11.III – 20.IV

PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE/ANI DE STUDII

Pentru absolvenții instituțiilor de învățământ profesional tehnic postsecundar și postsecundar nonterțiar, care continuă studiile în ASEM în domeniu economic, reducerea duratei studiilor la Ciclu I poate fi condiționată de recunoașterea a cel mult 30 de credite de studii transferabile acumulate în învățământul profesional tehnic postsecundar și postsecundar nonterțiar, în baza cadrului normativ.

Disciplinele și creditele de studii recunoscute

	<i>Denumirea unității de curs</i>	<i>Total ore</i>	<i>Nr. P.C.</i>
1.	Microeconomie	150	5
2.	Informatică economică	150	5
3.	Arta comunicării și etica profesională	150	5
4.	Statistică	150	5
5.	Bazele contabilității	120	4
	<i>O disciplină opțională</i>		
6.	Filosofie economică	120	4
	Politologie		
	Total	840	28

ANUL I de STUDII

SEMESTRUL I

Cod	Denumirea unității de curs	Total	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. P.C
			Total ore învățămînt cu Frecvență	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator/Practice		
F.01.O.001.52	Matematică economică	150	60	18	132	10	8	-	E	5
F.01.O.002.21	Istoria gândirii economice	150	44	14	136	10	4	-	E	5
F.01.O.003.21	Macroeconomie	150	60	24	126	16	8	-	E	5
S.01.O.004.12	Marketing I (general și business to business)	150	60	24	126	18	6	-	E	5
F.01.O.005.21	Economia unităților economice	150	60	14	136	10	4	-	E	5
U.01.O.006.14	Economie mondială și integrare europeană	150	44	12	138	8	4	-	E	5
Total		900	328	106	794	72	34	-	6E	30

ANUL I de STUDII

SEMESTRUL II

Cod	Denumirea unității de curs	Total	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. P.C
			Total ore învățămînt cu Frecvență	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator/Practice		
F.02.O.007.52	Econometrie	150	60	16	134	10	6	-	E	5
S.02.O.008.12	Marketing II (general și business to business)	150	60	24	126	18	6	-	E	5
F.02.O.009.13	Merceologia și expertiza mărfurilor	150	90	22	128	14	-	8	E	5
S.02.O.010.12	Logistică	150	60	22	128	18	4	-	E	5
Total		600	270	84	516	60	16	8	4E	20
O disciplină opțională										
S.02.A.011.11	Cultura afacerilor	120	44	14	106	12	2	-	E	4
S.02.A.011.11	Managementul riscurilor în afaceri	120	44	14	106	12	2	-	E	4
Total discipline obligatorii și opționale		720	314	98	622	72	18	8	5E	24
Total anul I		1620	642	204	1416	144	52	8	11E	54

ANUL II de STUDII

SEMESTRUL III

Cod	Denumirea unității de curs	Total	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. P.C
			Total ore învățămînt cu Frecvență	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator/Practice		
G.03.O.012.31	Finanțe	150	44	20	130	14	6	-	E	5
S.03.O.013.12	Tehnici promoționale	150	60	24	126	18	6	-	E	5
F.03.O.014.11	Management	120	60	20	90	12	8	-	E	4
S.03.O.015.12	Comportamentul consumatorului	90	44	20	70	16	4	-	E	3
Total		510	208	84	416	60	24		4E	17
O disciplină opțională I										
S.03.A.016.12	Depozitarea și gestiunea stocurilor de mărfuri	120	60	18	102	12	6	-	E	4
S.03.A.016.12	Marketing social – politic	120	60	18	102	12	6	-	E	4
Total discipline obligatorii și opționale		630	268	102	518	72	30	-	5E	21

ANUL II de STUDII

SEMESTRUL IV

Cod	Denumirea unității de curs	Total	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. P.C
			Total ore învățămînt cu Frecvență	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator/Practice		
S.04.O.017.12	Cercetări de marketing / Proiect de an	180	60	24	156	16	-	8	E/E	6
F.04.O.018.41	Analiza economico - financiară	150	60	20	130	12	8	-	E	5
S.04.O.019.12	Agromarketing	150	60	20	130	14	6	-	E	5
S.04.O.020.12	Marketingul serviciilor	150	44	24	126	18	6	-	E	5
Total		630	224	88	542	60	20	8	5E	21
O disciplină opțională I										
S.04.A.021.13	Turismul internațional	120	44	14	106	8	6	-	E	4
S.04.A.021.31	Fiscalitate	120	44	14	106	8	6	-	E	4
S.04.A.021.51	Sisteme informatice în marketing	120	44	14	106	8	-	6	E	4
Total discipline obligatorii și opționale		750	268	102	648	68	26	14	6E	25
Total anul II		1380	536	204	1166	140	56	14	11E	46

ANUL III de STUDII

SEMESTRUL V

Cod	Denumirea unității de curs	Total	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. P.C
			Total ore învățămînt cu Frecvență	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator/Practice		
F.05.O.022.11	Antreprenariat	150	60	24	126	18	6	-	E	5
S.05.O.023.12	Marketingul turistic	120	44	20	110	14	6	-	E	4
S.05.O.024.12	Tehnici de vânzări	150	52	20	130	14	6	-	E	5
S.05.O.025.12	Marketing internațional	150	52	20	130	14	6	-	E	5
U.05.O.026.23	Dreptul afacerilor	150	60	16	134	12	4	-	E	5
Total		720	268	100	630	72	28	-	5E	24

ANUL III de STUDII

SEMESTRUL VI

Cod	Denumirea unității de curs	Total	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. P.C
			Total ore învățămînt cu Frecvență	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator/Practice		
S.06.O.027.12	Practica de producție	180	180	80	100	-	-	-	E	6
S.06.O.028.12	Practica de licență	360	360	160	200	-	-	-	E	12
Total		540	540	240	300	-	-	-	2E	18
Total anul III		1260	808	340	930	72	28	-	7E	42
Total discipline obligatorii și opționale în planul de învățămînt		4260	1986	748	3512	356	136	22	29 E	142
Credite recunoscute		840								28
Examenul de licență		300								10
Total credite de studii acumulate		5400								180

EXAMENUL DE LICENȚĂ

Nr. crt.	Denumirea activității	Perioada
1.	Susținerea tezei de licență	Sem. VI, Iunie

STAGIILE DE PRACTICĂ

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

**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.001.52	Matematică economică	V																	V		
F.01.O.002.21	Istoria gândirii economice	V																			V
F.01.O.003.21	Macroeconomie	V			V														V		V
S.01.O.004.12	Marketing I (general și business to business)	V	V	V	V						V									V	V
F.01.O.05.21	Economia unităților economice		V								V					V					V
U.01.O.006.14	Economie mondială și integrare europeană				V						V									V	V
F.02.O.007.52	Econometrie					V									V				V		
S.02.O.008.12	Marketing II (general și business to business)	V	V	V	V		V	V		V		V		V	V		V			V	V
F.02.O.009.13	Merceologia și expertiza mărfurilor				V	V					V										
S.02.O.010.12	Logistică	V			V									V	V				V	V	V
S.02.A.011.11	Cultura afacerilor								V	V	V					V	V			V	V
S.02.A.011.11	Managementul riscurilor în afaceri		V								V	V	V					V			
G.03.O.012.31	Finanțe	V	V												V			V			
S.03.O.013.12	Tehnici promoționale		V		V		V	V	V					V		V	V			V	V
F.03.O.014.11	Management	V	V						V	V		V	V			V					
S.03.O.015.12	Comportamentul consumatorului	V	V		V		V				V					V				V	V
S.03.A.016.12	Depozitarea și gestiunea stocurilor de mărfuri		V		V							V			V						
S.03.A.016.12	Marketing social – politic								V		V		V			V				V	V
S.04.O.017.12	Cercetări de marketing / Proiect de an			V	V	V								V					V	V	V
F.03.O.018.41	Analiza economico - financiară		V			V															
S.03.O.019.12	Agromarketing		V		V									V						V	V
S.04.O.020.12	Marketingul serviciilor				V							V		V						V	V
S.04.A.021.14	Turismul internațional										V								V		
S.04.A.021.31	Fiscalitate		V												V						
S.04.A.021.51	Sisteme informatice în marketing	V										V			V						
F.05.O.022.11	Antreprenariat		V								V		V					V			V
S.05.O.023.12	Marketingul turistic		V		V									V						V	V
S.05.O.024.12	Tehnici de vânzări		V				V	V			V		V								
S.05.O.025.12	Marketing internațional		V		V									V						V	V

**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.001.52	Matematică economică	V																	V		
F.01.O.002.21	Istoria gândirii economice	V																			V
F.01.O.003.21	Macroeconomie	V			V														V		V
S.01.O.004.12	Marketing I (general și business to business)	V	V	V	V						V									V	V
F.01.O.05.21	Economia unităților economice		V								V					V					V
U.01.O.006.14	Economie mondială și integrare europeană				V						V									V	V
F.02.O.007.52	Econometrie					V									V				V		
S.02.O.008.12	Marketing II (general și business to business)	V	V	V	V		V	V		V		V		V	V		V			V	V
F.02.O.009.13	Merceologia și expertiza mărfurilor				V	V					V										
S.02.O.010.12	Logistică	V			V									V	V				V	V	V
S.02.A.011.11	Cultura afacerilor								V	V	V					V	V			V	V
S.02.A.011.11	Managementul riscurilor în afaceri		V								V	V	V					V			
G.03.O.012.31	Finanțe	V	V												V			V			
S.03.O.013.12	Tehnici promoționale		V		V		V	V	V					V		V	V			V	V
F.03.O.014.11	Management	V	V						V	V		V	V				V				
S.03.O.015.12	Comportamentul consumatorului	V	V		V		V				V					V				V	V
S.03.A.016.12	Depozitarea și gestiunea stocurilor de mărfuri		V		V							V			V						
S.03.A.016.12	Marketing social – politic								V		V		V			V				V	V
S.04.O.017.12	Cercetări de marketing / Proiect de an			V	V	V								V					V	V	V
F.03.O.018.41	Analiza economico - financiară		V			V															
S.03.O.019.12	Agromarketing		V		V									V						V	V
S.04.O.020.12	Marketingul serviciilor				V							V		V						V	V
S.04.A.021.14	Turismul internațional										V								V		
S.04.A.021.31	Fiscalitate		V												V						
S.04.A.021.51	Sisteme informatice în marketing	V										V			V						
F.05.O.022.11	Antreprenoriat		V								V		V					V			V
S.05.O.023.12	Marketingul turistic		V		V									V						V	V
S.05.O.024.12	Tehnici de vânzări		V				V	V				V		V							
S.05.O.025.12	Marketing internațional		V		V									V						V	V

U.05.O.026.23	Dreptul afacerilor	V	V								V									
S.06.O.027.12	Practica în producție		V	V	V	V										V	V	V	V	V
S.06.O.028.12	Practica de licență			V	V	V							V	V					V	V
	Examenul de licență	V				V			V				V						V	V

Decanul facultății Business și Administrarea Afacerilor

conf.univ., dr., Solcan Angela

Șeful Departamentului Marketing și Logistică

conf.univ., dr. Savciuc Oxana