

MINISTERUL EDUCAȚIEI, CULTURII ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA

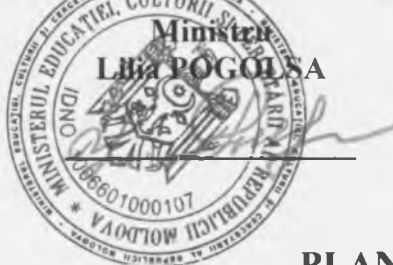
ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN MOLDOVA

COORDONAT  
Ministerul Educației, Culturii și Cercetării al  
Republicii Moldova  
„18” „06” 2021

APROBAT  
Senatul ASEM  
„28” „aprilie” 2021

Nr. de înregistrare 156-02-18248

Proces verbal Nr. 10



Ministra  
LILIA POGOLSA

Rector ASEM, Academician,  
prof. univ., dr.hab.

Gr. BELOSTECINIC

PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT

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

Domeniul general de studiu:

**041 Științe economice**

Domeniul de formare profesională:

**0414 Marketing**

Program de studiu

**0414.1 Marketing și logistică**

Numărul total de credite de studii:

**180**

Titlul obținut:

**Licențiat în Științe economice**

Baza admiterii:

**Diploma de bacalaureat sau un act echivalent de studii, diplomă de studii profesionale (învățământ profesional tehnic postsecundar), diploma de studii superioare**

Limba de instruire:

**Română, rusă**

Forma de organizare:

**Învățământ cu frecvență redusă**

CHIȘINĂU, 2021

CALENDARUL UNIVERSITAR									
An de Studii	Termene (date calendaristice exprimate în luni) și durată (număr de săptămâni)								
	Activități didactice		Sesiuni de examinare		Stagii de practică		Vacanțe		
	Sem. I	Sem. II	Sem. I	Sem. II	Sem. I	Sem. II	Iarnă	Primăvara	Vară
I	septembrie - octombrie (2 săptămâni)	ianuarie (2 săptămâni)	ianuarie (1 săptămână)	aprilie (1 săptămână)	-	-	decembrie - ianuarie (2 săptămâni)	Paști (1 săptămână)	iunie - august (10 săptămâni)
II	octombrie (2 săptămâni)	februarie (2 săptămâni)	februarie (1 săptămână)	aprilie (1 săptămână)	-	-	decembrie - ianuarie (2 săptămâni)	Paști (1 săptămână)	iunie - august (10 săptămâni)
III	octombrie - noiembrie (2 săptămâni)	februarie (2 săptămâni)	februarie (1 săptămână)	mai (1 săptămână)	-	-	decembrie - ianuarie (2 săptămâni)	Paști (1 săptămână)	iunie - august (10 săptămâni)
IV	septembrie (2 săptămâni)		Ianuarie (1 săptămână)	mai (1 săptămână)		februarie - aprilie (6 săpt.)	decembrie - ianuarie (2 săptămâni)	Paști (1 săptămână)	-
Total nr. Săpt.	8 săptămâni	6 săptămâni	4 săptămână	4 săptămâni	-	6 săptămâni	8 săptămâni	4 săptămâni	30 săptămâni

PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE/ANI DE STUDII										
Cod	Denumirea unității de curs/ moduluiui	Număr de ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. ECTS.	
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Practice / de laborator			
<b>ANUL I de STUDII</b>										
<b>SEMESTRUL I</b>										
F.01.O.001.21	Microeconomie	150	24	126	16	8	-	E	5	
F.01.O.002.62	Matematică economică	150	18	132	10	8	-	E	5	
G.01.O.003.61	Informatică economică	150	16	134	4	-	12	E	5	
U.01.O.004.23	Dreptul afacerilor	150	14	136	10	4	-	E	5	
U.01.O.005.22	Arta comunicării și etica profesională	150	16	134	10	6		E	5	
<b>Total semestrul 1</b>		750	88	662	50	26	12	5E	25	
<b>SEMESTRUL II</b>										
F.02.O.006.21	Macroeconomie	150	24	126	16	8	-	E	5	
F.02.O.007.12	Marketing I (general și business to business)	150	24	126	18	6		E	5	
F.02.O.008.21	Economia unităților economice	150	14	116	10	4		E	5	
F.02.O.009.62	Statistică	150	14	116	10	4	-	E	5	
U.02.O.010.31	Economie mondială și integrare europeană	150	12	138	8	4		E	5	
<b>Total semestrul 2</b>		750	88	622	62	26	0	5E	25	
<b>Total anul I</b>		<b>1500</b>	<b>176</b>	<b>1284</b>	<b>112</b>	<b>52</b>	<b>12</b>	<b>10E</b>	<b>50</b>	

<b>ANUL II de STUDII</b>									
<b>SEMESTRUL III</b>									
F.03.O.011.62	Econometrie	150	16	134	10	6	-	E	5
F.03.O.012.12	Marketing II (general și business to business)	150	24	126	18	6		E	5
S.03.O.013.11	Antreprenoriat	150	24	126	18	6	-	E	5
F.03.O.014.13	Merceologia și expertiza mărfurilor	150	22	128	14	-	8	E	5
<b>Discipline opționale</b>									
U.03.A.015.22	Filosofie socială și economică	120	14	106	10	4	-	E	4
U.03.A.015.21	Doctrină economice								
U.03.A.015.22	Politologie								
U.03.A.015.22	Psihologie social – economică								
<b>Total discipline obligatorii și opționale Semestrul 3</b>		720	100	620	70	22	8	5E	24
<b>SEMESTRUL IV</b>									
F.04.O.016.51	Contabilitate	120	20	90	12	8	-	E	4
F.04.O.017.11	Management	120	20	90	12	8	-	E	4
S.04.O.018.12	Logistică	150	22	128	18	4	-	E	5
F.04.O.019.12	Comportamentul consumatorului	90	20	70	16	4	-	E	3
<b>Discipline opționale</b>									
S.04.A.020.11	Cultura afacerilor	120	14	106	12	2	-	E	4
S.04.A.020.11	Managementul riscurilor în afaceri								
S.04.A.020.11	Logistica achizițiilor								
<b>Total discipline obligatorii și opționale Semestrul 4</b>		600	96	484	70	26	0	5E	20
<b>Total anul II</b>		<b>1320</b>	<b>196</b>	<b>1104</b>	<b>140</b>	<b>48</b>	<b>8</b>	<b>10E</b>	<b>44</b>
<b>ANUL III de STUDII</b>									
<b>SEMESTRUL V</b>									
S.05.O.021.41	Finanțe	150	20	130	14	6	-	E	5
S.05.O.022.63	Web design	120	16	104	10		6	E	4
S.05.O.023.12	Tehnici promoționale	150	24	126	18	6	-	E	5
<b>Discipline opționale</b>									
S.05.A.024.12	Agromarketing	120	18	102	12	6	-	E	4
S.05.A.024.12	Marketing social – politic								
<b>Total discipline obligatorii și opționale Semestrul 5</b>		540	78	462	54	18	6	4E	18
<b>ANUL III de STUDII</b>									
<b>SEMESTRUL VI</b>									
S.06.O.025.12	Cercetări de marketing	120	24	96	16		8	E	4
S.06.O.026.12	Teză de an	90		90				E	3
S.06.O.027.12	Depozitarea și gestiunea stocurilor de mărfuri	150	20	130	12	8		E	5
S.06.O.028.12	Marketingul serviciilor	150	24	126	18	6	-	E	5
<b>Discipline opționale</b>									
S.06.A.029.13	Turism internațional	120	16	104	12	4	-	E	4
S.06.A.029.41	Fiscalitate								

S.06.A.029.31	Tehnici de comerț exterior								
S.06.A.029.12	Marketingul turistic								
S.06.A.029.11	Management inovațional								
<b>Total discipline obligatorii și opționale</b>									
<b>Semestrul 6</b>		630	84	546	58	18	8	5E	21
<b>Total anul III</b>		<b>1170</b>	<b>162</b>	<b>1008</b>	<b>112</b>	<b>36</b>	<b>14</b>	<b>9E</b>	<b>39</b>
<b>ANUL IV de STUDII</b>									
<b>SEMESTRUL VII</b>									
S.07.O.030.12	Marketing internațional	150	24	126	18	6	-	E	5
S.07.O.031.51	Analiza economico - financiară	150	20	130	12	8		E	5
S.07.O.032.12	Logistica comercială și a transporturilor	150	20	130	14	6	-	E	5
<b>Discipline opționale</b>									
S.07.A.033.12	Marketing online	120	16	104	10		6	E	4
S.07.A.033.12	Tehnici de vânzări								
<b>Total discipline obligatorii și opționale</b>									
<b>Semestrul 7</b>		570	80	490	54	20	6	4E	19
<b>ANUL IV de STUDII</b>									
<b>SEMESTRUL VIII</b>									
S.08.O.034.12	Practica în producție	180	80	100	-	-	-	E	6
S.08.O.035.12	Practica de licență	360	160	200	-	-	-	E	12
<b>Total semestrul 8</b>		<b>540</b>	<b>240</b>	<b>300</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2E</b>	<b>18</b>
<b>Total anul IV</b>		<b>1110</b>	<b>320</b>	<b>790</b>	<b>54</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>6E</b>	<b>37</b>
<b>Total discipline obligatorii și opționale în planul de învățământ</b>		5100	854	4186	418	156	40	35	170
S.08.A.036.12	Examenul de licență								10
<b>Total credite de studii acumulate</b>									<b>180</b>

#### FORMA DE EVALUARE FINALĂ A STUDIILOR

Nr.	Forma de evaluare finală a studiilor	Termene de organizare	Nr. ECTS
1.	Susținerea tezei de licență	Sem. VIII, Mai - Iunie	10 P.C.

#### STAGIILE DE PRACTICĂ

Nr.	Tipul stagiului de practică	An de studii	Semestru	Durată		Perioada desfășurării	Număr ECTS
				nr. săpt.	nr. ore		
1.	Practica în producție	IV	VIII	2	180	Aprilie - Mai	6
2.	Practica de licență	IV	VIII	4	360	Martie - Mai	12
<b>Total:</b>				<b>6</b>	<b>540</b>	—	<b>18</b>

#### UNITĂȚILE DE CURS/MODULELE LA LIBERĂ ALEGERE

Cod	Denumirea unității de curs	Număr total de ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. ECTS
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator		

Anul I/semestrul I									
G.01.LA.22	Limba română pentru aolingvi	60	30	30		30		E	2
G.01.LA.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	60	30	30		30		E	2
G.01.LA.61	Bazele informaticii	60	30	30	14	-	16	E	2
G.01.LA.62	Elemente de matematică în economie	60	30	30	-	30		E	2
G.01.LA.21	Metode și tehnici de cercetare economică	60	30	30	14	16	-	E	2
Anul I/semestrul II									
U.02.LA.22	Sociologie	60	30	30	16	14	-	E	2
U.02.LA.22	Ecologie și protecția mediului	60	30	30	16	14		E	2
U.02.LA.61	Programare WEB	120	60	60	16	-	46	E	4
U.02.LA.23	Drept comunitar							E	
U.02.LA.22	Deontologia asistentului social	60	30	30	16	14	-	E	2
U.02.LA.22	Cultura comunicării	60	30	30	-	30	-	E	2
U.02.LA.61	Fiabilitatea sistemelor	60	30	30	14	-	16	E	2
U.02.LA.51	Bazele contabilității	60	30	30	16	14		E	2
U.02.LA.61	Tehnologiile aplicațiilor Office	60	30	30	14	-	16	E	2
U.02.LA.22	Etica profesională	60	30	30	16	14	-	E	2
U.02.LA.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	60	30	30		30		E	2
Anul II/semestrul III									
U.03.LA.13	Design și estetica mărfurilor	60	30	30	14	-	16	E	2
U.03.LA.61	Cibernetica sistemelor economice	60	30	30	14	-	16	E	2
U.03.LA.21	Metodologia cercetărilor științifico-economice	60	30	30	-	30	-	E	2
U.03.LA.22	Istoria administrației publice din Republica Moldova	60	30	30	16	14	-	E	2
U.03.LA.22	Migrație și dezvoltare	60	30	30	16	14	-	E	2
U.03.LA.22	Studiul comunicării publice	60	30	30	-	30		E	2
U.03.LA.61	Metode numerice	60	30	30	16	14	-	E	2
U.03.LA.61	Asamblarea și depanarea PC	60	30	30	16	14	-	E	2
U.03.LA.22	Psihologia comunicării de afaceri	60	30	30	16	14		E	2
U.03.LA.22	Filosofia dreptului	60	30	30	16	14	-	E	2
U.03.LA.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	60	30	30		30		E	2

Anul II/semestru IV									
U.04.LA.22	Geoeconomia	60	30	30	16	14	-	E	2
U.04.LA.13	Oenologie	60	30	30	14	-	16	E	2
U.04.LA.13	Bazele nutriției	60	30	30	14	-	16	E	2
U.04.LA.23	Dreptul European	60	30	30	16	14	-	E	2
U.04.LA.42	Activitatea instituțiilor de credit nebancaire	60	30	30	16	14	-	E	2
U.04.LA.42	Finanțarea nebancaară a întreprinderilor mici și mijlocii	60	30	30	16	14	-	E	2
U.04.LA.11	Managementul producției	60	30	30	16	14	-	E	2
U.04.LA.41	Asigurări sociale și medicale	60	30	30	16	14	-	E	2
U.04.LA.41	Asistența socială a șomerilor	60	30	30	16	14	-	E	2
U.04.LA.22	Comunicare birotică și de secretariat	60	30	30	16	14	-	E	2
U.04.LA.22	Politici de ocupare a forței de muncă	60	30	30	16	14	-	E	2
U.04.LA.61	Grafica interactivă	60	30	30	14	-	16	E	2
U.04.LA.61	Sisteme de operare	60	30	30	14	-	16	E	2
U.04.LA.13	Aditivi și ingrediente în alimentația publică	60	30	30	14	-	16	E	2
U.04.LA.22	Drept constituțional comparat	60	30	30	16	14	-	E	2
U.04.LA.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	60	30	30		30		E	2
Anul III/Semestru V									
U.05.LA.31	Tranzacții internaționale	60	30	30	16	14	-	E	2
U.05.LA.12	Design și estetică în marketing	60	30	30	16	14	-	E	2
U.05.LA.13	Igienă și sanitarie	60	30	30	16	14	-	E	2
U.05.LA.42	Practici bursiere internaționale	60	30	30	16	14	-	E	2
U.05.LA.22	Correspondența economică în limba străină	60	30	30	-	30	-	E	2
U.05.LA.11	Protecția proprietății intelectuale	60	30	30	16	14	-	E	2
U.05.LA.22	Voluntariat și parteneriat în asistența socială	60	30	30	16	14	-	E	2
U.05.LA.22	Comunicare didactică	60	30	30	-	30	-	E	2
U.05.LA.51	Sisteme informatice contabile	60	30	30	16	-	14	E	2
U.05.LA.21	Economia informațională tenebră	60	30	30	16	14	-	E	2
U.05.LA.51	Control și audit financiar	60	30	30	16	14	-	E	2

U.05.LA.61	Grafica pe calculator	60	30	30	16	-	14	E	2
U.05.LA.13	Urbanism comercial și amenajarea teritoriului	60	30	30	16	14	-	E	2
U.05.LA.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	60	30	30		30		E	2

#### MINIMUM-UL CURRICULAR ÎNȚĂL, DE ORIENTARE CĂTRE ALT DOMENIU

Cod	Denumire a unității de curs/modulului	Număr de ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. ECTS
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Practice/de laborator		
F.01.O.001.21/ F.02.O.008.21	Teoria economică (Micro și Macroeconomia)	300	40	260	26	14	-	E	10
F.02.O.011.62	Statistica	300	40	260	26	14	-	E	5
F.03.O.020.11	Management	150	28	122	18	10	-	E	5
F.02.O.009.12	Marketing	150	28	122	18	10	-	E	5
F.04.O.024.12	Comportamentul consumatorului	150	28	122	18	10	-	E	5
<b>Total:</b>		<b>1050</b>	<b>164</b>	<b>886</b>	<b>106</b>	<b>58</b>	<b>-</b>		<b>30</b>

#### MODULUL PSIHOPEDAGOGIC

Cod	Denumirea activității didactice continuă	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. puncte credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator / Practice		
<b>Semestrul I</b>									
F.01.O.01	Pedagogie generală	240	60	180	32	28	-	E	8
F.01.O.02	Teoria și metodologia curriculumului	120	30	90	16	14	-	E	4
F.01.O.03	Psihologia educației	120	30	90	16	14	-	E	4
S.01.O.04	Teoria și metodologia instruirii	120	35	85	15	20	-	E	4
S.01.O.05	Teoria și metodologia evaluării	120	35	85	15	20	-	E	4
S.01.O.06	Management educațional	90	30	60	15	15	-	E	3
S.01.O.07	Comunicare educațională	90	30	60	15	15	-	E	3
<b>Semestrul II</b>									
S.02.O.08	Practica pedagogică	900	-	900	-	-	900	E	30
<b>TOTAL</b>		<b>1800</b>	<b>250</b>	<b>1550</b>	<b>124</b>	<b>126</b>	<b>900</b>	<b>E</b>	<b>60</b>

Matricea corelării finalităților de studiu și a competențelor formate în cadrul programului 0414.1 Marketing și logistică cu cele ale unităților de curs / modulelor									
Denumirea unității de curs/modulului	Codul unității de curs/modulului	Nr. ECTS	Finalități de studiu și competențe						
			1	2	3	4	5	6	7
Microeconomie	F.01.O.001.21	5	V		V		V		
Matematică economică	F.01.O.002.62	5	V	V					
Informatică economică	G.01.O.003.61	5	V	V					
Dreptul afacerilor	U.01.O.004.23	5	V				V		V
Arta comunicării și etica profesională	U.01.O.005.22	5	V			V		V	
Macroeconomie	F.02.O.006.21	5	V		V		V		
Marketing I (general și business to business)	F.02.O.007.12	5	V	V	V	V	V	V	V
Economia unităților economice	F.02.O.008.21	5	V		V		V		
Statistică	F.02.O.009.62	5	V	V			V	V	
Economie mondială și integrare europeană	U.02.O.010.31	5	V						V
Econometrie	F.03.O.011.62	5	V	V			V	V	
Marketing II (general și business to business)	F.03.O.012.12	5	V	V	V	V	V	V	V
Antreprenoriat	S.03.O.013.11	5	V	V	V	V	V	V	V
Merceologia și expertiza mărfurilor	F.03.O.014.13	5	V	V	V		V		
Filosofie socială și economică	U.03.A.015.22	4	V						V
Doctrină economice	U.03.A.015.21	4	V						
Politologie	U.03.A.015.22	4	V						
Psihologie social – economică	U.03.A.015.22	4	V	V	V	V		V	V
Contabilitate	F.04.O.016.51	4	V	V	V		V		
Management	F.04.O.017.11	4	V	V	V	V	V	V	V
Logistică	S.04.O.018.12	5	V	V	V	V	V	V	V
Comportamentul consumatorului	F.04.O.019.12	3	V	V	V	V	V	V	V
Cultura afacerilor	S.04.A.020.11	4	V	V	V	V	V	V	V
Managementul riscurilor în afaceri	S.04.A.020.11	4	V	V	V	V	V	V	V
Logistica achizițiilor	S.04.A.020.11	4	V	V	V		V	V	
Finanțe	S.05.O.021.41	5	V	V			V		
Web design	S.05.O.022.63	4	V	V			V	V	V
Tehnici promoționale	S.05.O.023.12	5	V	V	V	V	V	V	V
Agromarketing	S.05.A.024.12	4	V	V	V	V	V	V	V
Marketing social – politic	S.05.A.024.12	4	V	V	V	V	V	V	V
Cercetări de marketing	S.06.O.025.12	4	V	V	V	V	V	V	V
Teză de an	S.06.O.026.12	3	V	V	V	V	V	V	V



Depozitarea și gestiunea stocurilor de mărfuri	S.06.O.027.12	5	V	V	V	V	V	V	V
Marketingul serviciilor	S.06.O.028.12	5	V	V	V	V	V	V	V
Turism internațional	S.06.A.029.13	4	V				V		
Fiscalitate	S.06.A.029.41	4	V				V		
Tehnici de comerț exterior	S.06.A.029.31	4	V		V	V	V	V	V
Marketingul turistic	S.06.A.029.12	4	V	V	V	V	V	V	V
Management inovativ	S.06.A.029.11	4	V	V	V	V	V	V	V
Marketing internațional	S.07.O.030.12	5	V	V	V	V	V	V	V
Analiza economico - financiară	S.07.O.031.51	5	V	V			V		
Logistica comercială și a transporturilor	S.07.O.032.12	5	V	V	V	V	V	V	V
Marketing online	S.07.A.033.12	4	V	V	V	V	V	V	V
Tehnici de vânzări	S.07.A.033.12	4	V	V	V	V	V	V	V
Practica în producție	S.08.O.034.12	6	V	V	V	V	V	V	V
Practica de licență	S.08.O.035.12	12	V	V	V	V	V	V	V
Examenul de licență	S.08.A.036.12	10	V	V	V	V	V	V	V

### Finalitățile de studiu

#### și competențele formate în cadrul programului 0414.1 Marketing și logistică:

- C1. Să demonstreze abilități cognitive (cunoaștere, înțelegere, aplicare, analiză, sinteză, evaluare) în domeniul economic la general și în particular în marketing și logistică;
- C2. Să realizeze cercetări de marketing în funcție de obiectivele beneficiarilor;
- C3. Să elaboreze politica de marketing din întreprinderi și organizații;
- C4. Să inițieze și să realizeze programe de promovare și stimulare a vânzărilor;
- C5. Să asigure și să gestioneze utilizarea eficientă a resurselor materiale, financiare și informaționale;
- C6. Să elaboreze și să coordoneze realizarea proiectelor din domeniul marketingului și a logisticii;
- C7. Să respecte normele etice și deontologice din domeniul marketingului și a logisticii.

## NOTA EXPLICATIVĂ

### 1. Descrierea programului de studii.

**Profilul specialității:** Programul de studii *0414.1 Marketing și logistică* se înscrie în domeniul fundamental al științei, culturii și tehnicii *04. Științe sociale*, domeniului general de studiu *041. Științe economice*, domeniului de formare profesională *0414. Marketing* și este în corespundere cu *Nomenclatorul domeniilor de formare profesională și al specialităților în învățământul superior*, aprobat prin HG nr. 482 din 28.06.2017.

**Caracteristicile-cheie ale programului de studii 0414.1 Marketing și logistică sunt:**

**Forma de organizare:** învățământul cu frecvență și / sau învățământul cu frecvență redusă; **durata studiilor:** 3 ani la învățământul cu frecvență și 4 ani la învățământul cu frecvență redusă; **credite de studii:** 180 credite ECTS.

La studiile de licență la acest program se pot înscrie: deținătorii diplomelor de bacalaureat sau un act echivalent de studii; diplomelor de colegiu; diplomelor de studii superioare. *Limba de studiu* la programul *0414.1 Marketing și logistică* este română sau rusă. De unde rezultă ca *precondiții:* la programul de studii *0414.1 Marketing și logistică* cunoașterea limbii ruse la un nivel avansat. Absolvenții programului de studii *0414.1 Marketing și logistică* se certifică prin: Diplomă de licență, iar titlul obținut este de licențiat în științe economice.

### 2. Cunoștințele, abilitățile și competențele asigurate de programul de studii.

**Concepția dezvoltării specialistului** la Programul de studii *0414.1 Marketing și logistică* rezidă în formarea/dezvoltarea de competențe *generale* și *specifice* necesare pentru activitatea profesională de economist-marketer. Beneficiarii Programului de studii *0414.1 Marketing și logistică* vor acumula cunoștințe temeinice privind rolul funcției de marketing în întreprinderi și organizații, își vor dezvolta abilități specializate pentru soluționarea problemelor în materie de cercetări de marketing, elaborarea politicilor și a instrumentelor de marketing; aplicarea tehnicilor de comunicare și promovare; planificarea și realizarea operațiunilor logistice, etc. Absolvenții programului de studii *0414.1 Marketing și logistică* vor demonstra competențe profesionale corespunzătoare cerințelor pieței muncii, precum și transversale prin gestionarea situațiilor de muncă complexe, imprevizibile și care reclamă abordări strategice pertinente, prin asumarea de responsabilități în implementarea cunoștințelor teoretico-practice atât individual, cât și în grup etc. Totodată, absolvenții programului de studii *0414.1 Marketing și logistică* vor fi capabili să activeze atât în firmele comerciale, cât și cele non-profit.

În corelare cu CNC, au fost stabilite următoarele **competențe specifice:**

- C1. Să demonstreze abilități cognitive (cunoaștere, înțelegere, aplicare, analiză, sinteză, evaluare) în domeniul economic la general și în particular în marketing și logistică;
- C2. Să realizeze cercetări de marketing în funcție de obiectivele beneficiarilor;
- C3. Să elaboreze politica de marketing din întreprinderi și organizații;
- C4. Să inițieze și să realizeze programe de promovare și stimulare a vânzărilor;
- C5. Să asigure și să gestioneze utilizarea eficientă a resurselor materiale, financiare și informaționale;
- C6. Să elaboreze și să coordoneze realizarea proiectelor din domeniul marketingului și a logisticii;
- C7. Să respecte normele etice și deontologice din domeniul marketingului și a logisticii.

### 3. Obiectivele programului de studii, inclusiv corespunderea acestora misiunii universității

În conformitate cu misiunea și obiectivele strategice ale ASEM: ” *de a crea noi cunoștințe și de a pregăti specialiști de înaltă calificare în cele mai diferite domenii ale științelor economice, precum și în domenii adiacente, capabili să participe ca antreprenori și forță de muncă activă și productivă într-o piață competitivă și ca cetățeni responsabili într-o societate democratică în continuă schimbare*”, de

rînd cu Statutul ASEM, Strategia de dezvoltarea ASEM 2018-2022, Strategia de cercetare ASEM, Strategia de internaționalizare ASEM, Programul de studii **0414.1 Marketing și logistică** are Scopul de a forma specialiști / cercetători profesioniști și competitivi în domeniul științelor economice și administrative, precum și în alte subdomenii ale științelor sociale și umanist. Specialiștii sunt instruiți în vederea realizării de activități de marketing în întreprinderi, organizații și instituții ale statului, prin crearea și realizarea de programe de marketing axate spre realizarea obiectivelor organizațiilor; planificarea și realizarea operațiunilor logistice.

#### **4. Racordarea programului de studii și a conținuturilor din Planul de învățământ la tendințele internaționale în domeniu**

Planul de învățământ la programul de studii **0414.1 Marketing și logistică** este racordat la recomandările Clasificării Internaționale Standard a Educației (ISCED-F 2013), elaborate de Comisia europeană, Standardele și liniile directoare pentru asigurarea calității în Spațiul European al Învățământului Superior (ESG), 2015, prin implementarea componentelor: temporală, formativă, de acumulare și de evaluare prevăzute în Planul-cadru pentru studii superioare de licență (ciclul I), de master (ciclul II) și integrat, aprobat prin Ordinul MECC nr.120 din 10.02.2020.

#### **5. Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social**

În procesul de perfecționare a Planului de studii la programul **0414.1 Marketing și logistică**, se ține cont permanent de informațiile și aprecierile angajatorilor în urma realizării stagiilor de practică de producere și de licență (inclusiv prin chestionarea acestora, fișe de post a angajaților din domeniu), prin analiza rapoartelor Comisiilor de licență, dar și din contactul direct cu angajatorii, care sunt invitați anual la desfășurarea unor lecții practice prin prezentarea de studii de caz relevante domeniului marketing și logistică. Adicional, consultăm necesitățile angajatorilor în timpul târgurilor locurilor de practică/ lucru. Mulți angajatori sunt invitați să participe la seminarele practico-științifice organizate anual de Departamentul Marketing și logistică, în rezultatul cărora putem evalua tendințele domeniului de specialitate și face ajustări la nivelul Planului de studii, dar și a conținutului curricular pe discipline.

#### **6. Consultarea partenerilor în procesul de elaborare a programului de studii**

În procesul de elaborare a planului de studii la programul **0414.1 Marketing și logistică** 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) precum Asociația Agențiilor de Publicitate, Moldtelecom S.A., MAIB S.A., compania de consultanță Xplaine SRL, oferta educațională a unor universități de top din România și alte țări europene. În contextul celor menționate, s-au analizat cele mai noi direcții de dezvoltare în domeniul de formare; s-a făcut 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/studenti; analiza neconformităților constatate pe parcursul anilor universitari precedenți.

#### **7. Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă**

Relevanța prezentului program de studii rezultă din obiectivele stabilite în Strategia de dezvoltare a educației „Educație 2030”, care etalează imperativitatea forței de muncă calificată, cu studii superioare de licență în domeniu.

Schimbarea rapidă a mediului de afaceri, inclusiv sub influența pandemiei de Covid-19, impune agenților economici noi reguli de joc și noi metode de interacțiune cu clienții. Astfel, pe piața forței de

muncă se constată o cerere în creștere privind specialiștii în marketing, logistică, implicit comunicare de marketing. Schimbarea valorilor consumatorilor, limitele de deplasare fizică a acestora, dar și restricțiile de activitate ale unor agenți economici, au condiționat apariția de noi tehnici de vânzare, de comunicare la distanță cu beneficiarii, de livrare a produselor, de acordare de servicii, de efectuare a plăților, de transportare, etc. în condiții de siguranță, ca rezultat fiind importantă evaluarea satisfacției clienților și perfecționarea / optimizarea proceselor de marketing și logistică din întreprinderi și organizații. Noul Plan de studii la programul **0414.1 Marketing și logistică** conține discipline care ar contribui la formarea acestor competențe și abilități actuale pe piața muncii la nivel local, dar și internațional.

#### **8. Posibilitățile de angajare a absolvenților**

Absolvenții **programului** de studii **0414.1 Marketing și logistică** se pot realiza prin prisma abilităților obținute în procesul de studiu pe toate palierele de dezvoltare a economiei Republicii Moldova. Ei sunt pregătiți pentru a deține Competența de comunicare, utilizând și o limbă străină; Competența de învățare; Competența de rezolvare a problemelor; Spirit de inițiativă și antreprenorial; Gândire critică și strategică; Competența de muncă în echipă; Creativitate; Competența de operare cu tehnologia informatică; Înțelegere pentru culturile și obiceiurile altor popoare.

În conformitate cu clasificatorul ocupațiilor din Republica Moldova (2016), absolvenții acestui program pot activa în calitate de:

- 122109 Manager (în serviciile de marketing și vânzări)
- 122112 Șef birou marketing
- 122114 Șef secție (marketing și vânzări)
- 121115 Șef serviciu marketing
- 122201 Manager (în serviciile de informații și reclamă)
- 122203 Șef birou reclamă publicitară
- 122204 Șef secție informație și reclamă
- 122205 Șef serviciu de publicitate
- 132461 Șef magazie de mărfuri
- 132473 Șef secție (aprovizionare tehnico-materială)
- 132474 Șef serviciu (aprovizionare tehnico-materială)
- 132475 Șef serviciu (în transporturi, telecomunicații, aprovizionarea tehnico-materială și desfacere)
- 243101 Art director publicitate
- 243102 Manager de produs
- 243103 Marketer
- 243104 Merchandiser
- 243105 Specialist marketing
- 243201 Asistent comercial
- 243202 Analist servicii client
- 243203 Brand manager
- 263113 Expert economist în comerț și marketing

#### **9. Accesul la studii a titularilor de diplome obținute după finalizarea respectivului program de studii.**

Competențele, deprinderile și cunoștințele dobândite pe parcursul studiilor superioare de licență (ciclul I/nivelul 6 ISCED) pot fi aprofundate prin continuarea studiilor la programele de masterat (nivelul 7 ISCED) și apoi de doctorat (nivelul 8 ISCED), dar și programe de formare continuă pe tot

parcursul vieții, asigurându-se educația și dezvoltarea profesională continuă a absolvenților, în concordanță cu nevoile societății manifestate pe piața forței de muncă.

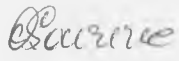
Examinat și avizat  
FACULTATEA BUSINESS ȘI ADMINISTRAREA  
AFACERILOR, PV NR.6 DIN 27.04.2021.

Decan,  
dr., conf. univ.,

  
Roman LIVANDOVSKI

Elaborat și validat  
DEPARTAMENTUL MARKETING ȘI LOGISTICĂ,  
PV NR.12 DIN 08.04.2021.

Șef departament,  
dr., conf. univ.,

  
Oxana SAVCIUC