

Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova
Academia de Studii Economice din Moldova

COORDONAT

Ministerul Educației și Cercetării

nr. MSLD-01-20037
din 12.04.2025

Ministru Dan PERCIUN



APROBAT

La ședința Senatului ASEM

Proces verbal nr. 8
din 14 aprilie 2025

Rector Alexandru STRATAN



PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
pentru ciclul I, studii superioare de licență

Nivelul calificării conform ISCED și CNC:

Domeniul general de studii:

Domeniul de formare profesională:

Programul:

Numărul total de credite de studiu ECTS:

Titlul obținut la finele studiilor:

Baza admiterii:

Limba de instruire:

Forma de organizare a învățământului:

6 ISCED și 6 CNC

041 Științe economice

0414. Marketing și publicitate

0414.1. Marketing și logistică

180 ECTS

Licențiat în *Științe economice*

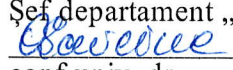
Diploma de bacalaureat, diploma de studii
profesionale sau un act echivalent de studii
Română

Învățământ cu frecvență *dual*

Înregistrat
Agenția Națională de Asigurare a Calității în Educație și Cercetare
Nr _____ din _____

Lucu

RESPONSABIL DE PROGRAM

Șef departament „Marketing și logistică”
 SAVCIUC Oxana,
conf.univ.,dr.

Aprobat:

Proces verbal nr. 7 din 9 aprilie 2025

APROBAT

Președintele Consiliului Calității ASEM
 CASIAN Angela, conf.univ.,dr.

Proces verbal nr. 5
din 11 aprilie 2025

APROBAT

**Președintele Consiliului Facultății „Business și
Administrarea Afacerilor”**
 LIVANDOVSKI Roman,
conf.univ.,dr.

Proces verbal nr. 7
din 10 aprilie 2025

Calendarul universitar								
Termene (date calendaristice exprimate în luni) și durată (număr de săptămâni)								
Anul de studii	Activități didactice		Sesiuni de examinare		Stagii de practică	Vacanțe		
	Sem. I	Sem. II	Sem. I	Sem. II		Iarnă	Primăvară	Vară
Anul I	septembrie-decembrie 15 săpt.	februarie – aprilie 12 săpt.	decembrie - ianuarie 4 săpt.	mai – iunie 4 săpt.	Sem. II mai 3 săpt.	decembrie - ianuarie 3 săpt.	aprilie 1 săpt.	iunie – august 10 săpt.
Anul II	septembrie-decembrie 15 săpt.	februarie – aprilie 3 zile la universitate și 2 zile AM 10 săpt.	decembrie - ianuarie 4 săpt.	mai – iunie 4 săpt.	Sem. IV aprilie - mai 5 săpt.	decembrie - ianuarie 3 săpt.	mai 1 săpt.	iunie – august 10 săpt.
Anul III	septembrie-noiembrie 3 zile la universitate și 2 zile AM 10 săpt.	februarie - martie 2 zile la universitate și 3 zile AM 6 săpt.	decembrie - ianuarie 4 săpt.	martie 2 săpt.	Sem. V 5 săpt. noiembrie-decembrie Sem. VI martie - aprilie 4 săpt.	decembrie - ianuarie 3 săpt.	aprilie 1 săpt.	-
Total nr. săpt.	40 săpt.	28 săpt.	12 săpt.	10 săpt.	17 săpt.	9 săpt.	3 săpt.	20 săpt.

PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT PE ANI DE STUDII											
Cod	Denumirea unității de curs	Număr total de ore			Număr de ore pe tipuri de activități				Formare profesională la unitate	Forma de evaluare	Nr. credite
		Total	Contact Direct	Studiu Individual	Curs	Seminar		Laboratoare/Practice			
						Instituție	Unitate				
ANUL I de STUDII											
SEMESTRUL I											
F.01.O.01.21	Microeconomie	120	60	60	30	30	0	0	0	E	4
F.01.O.02.62	Matematica economică	120	60	60	30	30	0	0	0	E	4
G.01.O.03.22	Comunicare și corespondență economică	90	44	46	22	22	0	0	0	E	3
G.01.O.04.61	Informatica economică	60	30	30	10		0	20	0	E	2
F.01.O.05.23	Dreptul afacerilor	120	60	60	30	30	0	0	0	E	4
S.01.O.06.12	Marketing general și business to business	180	90	90	60	30	0	0	0	E	6
S.01.O.07.11	Antreprenoriat	120	60	60	30	30	0	0	0	E	4
U.01.A.08.31	Integrare Economică și Economie Europeană	90	44	46	16	28	0	0	0	E	3
U.01.A.08.31	Economia Uniunii Europene și politici comunitare										
U.01.A.08.23	Drept instituțional al Uniunii Europene										
U.01.A.08.11	Managementul timpului										
G.01.O.09.52	Educație fizică I	30	30	-	-	30	0	0	0	V	-
Total discipline semestrul I		930	478	452	228	230	0	20	0	8E, 1V	30
SEMESTRUL II											
F.02.O.10.21	Macroeconomie	120	60	60	30	30	0	0	0	E	4
F.02.O.11.62	Statistică	120	60	60	30	30	0	0	0	E	4
G.02.O.12.32	Limba străină de afaceri (eng., fr., germ.)	60	30	30	-	30	0	0	0	E	2
S.02.O.13.11	Management	150	74	76	44	30	0	0	0	E	5
S.02.O.14.12	Comportamentul consumatorului	150	74	76	44	30	0	0	0	E	5
S.02.O.15.12	Logistica	150	74	76	44	30	0	0	0	E	5
G.02.O.16.52	Educație fizică II	30	30	-	-	30	0	0	0	V	-
SP.02.O.17.12	Practica de inițiere în specialitate	150	-	0	-	0	0	0	150 ¹	E	5
Total discipline semestrul II		930	402	378	192	210	0	0	150	7E, 1V	30
Total pe anul I de studii		1860	880	830	420	440	0	20	150	15E, 2V	60
ANUL II de STUDII											

¹ Include și 30% studiu individual

PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT PE ANI DE STUDII											
Cod	Denumirea unității de curs	Număr total de ore			Număr de ore pe tipuri de activități				Formare profesională la unitate	Forma de evaluare	Nr. credite
		Total	Contact Direct	Studiu Individual	Curs	Seminar		Laboratoare/Practice			
						Instituție	Unitate				
SEMESTRUL III											
F.03.O.18.62	Econometrie	120	60	60	30	30	0	0	0	E	4
S.03.O.19.12	Marketingul serviciilor	90	44	46	30	14	0	0	0	E	3
G.03.O.20.32	Tehnici de comunicare în limba străină (eng., fr., germ.)	60	30	30	-	30	0	0	0	E	2
F.03.O.21.51	Bazele contabilității	150	74	76	44	30	0	0	0	E	5
S.03.O.22.12	Ecomarketing și etica profesională	120	60	60	30	30	0	0	0	E	4
S.03.O.23.12	Marketing internațional	150	74	76	44	30	0	0	0	E	5
F.03.O.24.41	Finanțe	120	60	60	30	30	0	0	0	E	4
U.03.A.25.22	Psihologie socială și economică	90	44	46	16	28	0	0	0	E	3
	Sociologie										
	Filosofie										
	Politologie										
Total discipline semestrul III		900	446	454	224	222-	0	0	0	8E	30
SEMESTRUL IV											
S.04.O.26.51	Analiza economico – financiară	120	60	0	30	10	20		60	E	4
S.04.O.27.12	Tehnologii digitale în marketing și logistică	120	60	0	-		30	30	60	E	4
S.04.O.28.12	Cercetări de marketing	150	74	0	30	10	24	10	76	E	5
S.04.O.29.12	Proiect de an	60	-	0	0	0	0	0	60	E	2
SP.04.O.30.12	Practica de specialitate I	240		0	0	0	0	0	240 ²	E	8
AM.04.O.31.12	Formare profesională I la unitate	90	0	0	0	0	0		90	E	3
S.04.A.32.11	Cultura și etica în afaceri	120	60	0	30	10	20	0	60	E	4
	Managementul riscurilor în afaceri										
	Logistica aprovizionării										
Total discipline semestrul IV		900	254	0	90	30	94	40	646	7E	30
Total pe anul II de studii		1800	700	454	314	252	94	40	646	15E	60
ANUL III de STUDII											
SEMESTRUL V											

² Include și 30% studiu individual

PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT PE ANI DE STUDII											
Cod	Denumirea unității de curs	Număr total de ore			Număr de ore pe tipuri de activități				Formare profesională la unitate	Forma de evaluare	Nr. credite
		Total	Contact Direct	Studiu Individual	Curs	Seminar		Laboratoare/Practice			
						Instituții	Unitate				
S.05.O.33.12	Logistica comercială și a transporturilor	120	60	0	30	10	20	0	60	E	4
S.05.O.34.12	Tehnici promoționale	120	60	0	30	10	20	0	60	E	4
S.05.O.35.12	Trade Marketing	120	60	0	30	10	20	0	60	E	4
SP.05.O.36.12.	Practica de specialitate II	240	0	0	0	0	0	0	240 ³	E	8
S.05.A.37.13	Turism internațional	120	60	0	30	10	20	0	60	E	4
S.05.A.37.13	Merceologia și expertiza mărfurilor										
S.05.A.37.41	Fiscalitate										
S.05.A.37.31	Tehnici de comerț exterior										
S.05.A.37.11	Managementul inovării										
AM.05.O.38.12	Formare profesională II la unitate	180		0	0	0	0	0	180	E	6
Total discipline semestrul V		900	240	0	120	40	80	0	660	6E	30
SEMESTRUL VI											
S.06.O.39.12.	Depozitarea și gestiunea stocurilor de mărfuri	60	30	0	20	4	6	0	30	E	2
S.06.O.40.12.	Tehnici de vânzări	60	30	0	20	4	6		30	E	2
S.06.O.41.12.	Marketing online	90	44	0	10	10	20	4	46	E	3
S.06.A.42.12	Marketing turistic	120	60	0	30	10	20		60	E	4
	Marketing social										
	Marketing inovativ										
AM.06.O.43.12	Formare profesională III la unitate	120	0	0	0	0	0		120	E	4
SP.06.O.44.12.	Practica de licență	180	0	0	0	0	0		180 ⁴	E	6
	Teza de licență	270	0	270	0	0	0		0	E	9
Total discipline semestrul VI		900	164	270	80	28	52	4	466	7E	30
Total pe anul III de studii		1800	404	270	200	68	132	4	1126	13E	60
TOTAL GENERAL pe anii de studii		5460	1984	1554	934	760	226	64	1922	43E, 2V	180

³ Include și 30% studiu individual

⁴ Include și 30% studiu individual

Învățământul dual la:	Nr. total de ore*	Nr. ECTS	Pondere, %
Instituția superioară de învățământ (ASEM)	3252	108	60,2
Unitate	2148	72	39,8
Total	5400	180	100

Unități de curs	Nr. total de ore*	Nr. ECTS	Pondere, %
Fundamentale	1080	36	20
Generale	270	9	5
Umaniste	180	6	3,3
Specialitate	1742	58	32,3
Stagii de practică	810	27	15
Formare profesională	1318	44	24,4
Total	5400	180	100

Stagiile de practică						
Nr. Nr.	Tipul stagiului de practică	Semestru	Durată		Perioada desfășurării	Număr ECTS
			Nr. săpt.	Nr. ore		
1.	Practica de inițiere în specialitate	II	3	150	mai	5
2.	Practica de specialitate I	IV	5	240	aprilie - mai	8
3.	Practica de specialitate II	V	5	240	noiembrie-decembrie	8
4.	Practica de licență	VI	4	180	martie - aprilie	6
TOTAL			17	810		27

Formare profesională la unitate						
	Formare profesională la entitate	Semestru	Durata		Perioada desfășurării	Număr ECTS
			Nr. săpt.	Nr. ore		
1.	Formare profesională I la unitate	IV	2	90	Februarie - mai	3
2.	Formare profesională II la unitate	V	4	180	Septembrie - decembrie	6
3	Formare profesională III la unitate	VI	3	120	Februarie - mai	4
TOTAL			9	450		13

Forma de evaluare finală a studiilor			
Nr.	Forma de evaluare finală a studiilor	Termene de organizare	Nr. ECTS
1.	Teza de licență	Iunie	9

* Nr. Total de ore = Total ore la universitate – 2 verificări (60 ore) + total ore la entitate = 3312 – 60 + 2148 = 5400 ore cu puncte credite

Unități de curs la libera 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.L.01.22	Cultura vorbirii	60	40	20	-	40	-	E	2
G.01.L.02.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	60	40	20	-	40	-	E	2
G.01.L.03.62	Elemente de matematică în economie	60	40	20	20	20	-	E	2
U.01.L.04.42	Prevenirea utilizării sistemului financiar în scopul spălării banilor	60	16	44	10	6	-	E	2
Semestrul II									
G.02.L.05.61	Programare WEB	600	40	20	10	-	30	E	2
G.02.L.06.13	Securitatea muncii	60	40	20	20	20	-	E	2
G.02.L.07.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	60	40	20		40	-	E	2
U.02.L.08.22	Ecologie și protecția mediului	60	16	44	10	6	-	E	2
Anul II									
Semestrul III									
G.03.L.09.61	Excel pentru afaceri	60	40	20	10	-	30	E	2
G.03.L.10.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	60	40	20		40	-	E	2
U.03.L.11.21	Metode și tehnici de cercetare economică	60	16	44	10	6	-	E	2
U.03.L.12.22	Psihologia comunicării de afaceri	60	16	44	10	6	-	E	2
Semestrul IV									
G.04.L.13.11	Cultura afacerilor	60	40	20	20	20	-	E	2
G.04.L.14.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	60	40	20	-	40	-	E	2
G.04.L.15.11	Cultura organizațională	60	40	20	20	20	-	E	2
G.04.L.16.23	Protecția datelor cu caracter personal	60	40	20	20	20	-	E	2
Anul III									
Semestrul V									
G.05.L.17.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	60	40	20	-	40	-	E	2
U.05.L.18.31	Diplomația și etica în afaceri internaționale	60	16	44	10	6	-	E	2
U.05.L.19.23	Protecția proprietății intelectuale	60	16	44	10	6	-	E	2
U.05.L.20.22	Voluntariat și parteneriat în asistența socială	60	16	44	10	6	-	E	2

Modulul psihopedagogic									
Cod	Denumirea activității didactice continue	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. credite
		Total	Contact Direct	Studiu Individual	Curs/	Seminar/	Laboratoare/Practice		
Semestrul I									
F.01.O.01	Pedagogie generală	240	96	144	60	36	-	E	8
F.01.O.02	Teoria și metodologia curriculumului	120	48	72	30	18	-	E	4
F.01.O.03	Psihologia educației	120	48	72	30	18	-	E	4
S.01.O.04	Teoria si metodologia instruirii	120	60	60	30	30	-	E	4
S.01.O.05	Teoria si metodologia evaluării	120	60	60	30	30	-	E	4
S.01.O.06	Management educațional	90	44	46	30	14	-	E	3
S.01.O.07	Comunicare educațională	90	44	46	30	14	-	E	3
Semestrul II									
S.02.O.08	Stagiu pedagogic	900	900	-	-	-	900	E	30
TOTAL		1800	1300	500	240	160	900	8E	60

LISTA COMPETENȚELOR ȘI A REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII AFERENTE PROGRAMULUI DE STUDII

Competențe generale/profesionale		Rezultate ale învățării conform nivelului CNC
		Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:
CG1.	Utilizarea cunoștințelor fundamentale de teorie economică în domeniul de activitate	1. rezolva probleme întâlnite în diverse contexte profesionale, aplicând principiile, normele și valorile fundamentale ale științei economice; 2. evalua factorii mediului intern și extern și impactul asupra funcționării organizației/ramurii/economiei naționale, aplicând măsuri preventive pentru a minimiza riscurile;
CG2.	Aplicarea principiilor, teoriilor, metodelor și instrumentelor necesare pentru analiza și desfășurarea activităților economice	
CG4.	Utilizarea software și a sistemelor de calcul și operare a datelor specifice domeniului de activitate	3. analiza procesele micro și macro economice, identificând instrumentarul de cercetare, în funcție de obiective și obiectul de studiu, utilizând tehnici și instrumente digitale;

CP1.	Realizarea cercetărilor de marketing	4. realiza cercetarea de marketing în baza surselor relevante și obiective de informare, cu scopul de a interpreta și prognoza tendințele actuale și de viitor ale pieței, utilizând tehnici și instrumente digitale;
CP2.	Conceperea și realizarea programelor și a proiectelor de orientare spre piață	5. elaborează programe și proiecte de orientare spre piață, contribuind la satisfacerea nevoilor consumatorilor; 6. ajustează activitățile operaționale conform intereselor consumatorilor/publicului-țintă, asigurând realizarea proiectelor de orientare spre piață;
CG3.	Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea datelor, aplicarea indicatorilor, strategiilor și politicilor adecvate domeniului de activitate	7. aplică prevederile cadrului normativ asociat funcționării eficiente a entității, respectând inclusiv codul deontologic al marketerului, existent la nivel național și internațional;
CG 5.	Organizarea activității conform cadrului juridic specific domeniului de activitate	8. elaborează un plan de activitate în domeniul marketingului, stabilind obiectivele, responsabilitățile, costurile, riscurile; 9. aplică instrumentele aferente realizării politicii de produs;
CP3.	Realizarea politicii de marketing a întreprinderii / organizației	10. evaluează sensibilitatea cererii față de preț, propunând programe de stimulare a vânzărilor și urmărind realizarea conformă a distribuției produselor: transportare, depozitare, stocare, recepție; 11. aplică instrumentele și tehnicile de promovare adoptate în întreprindere / organizație;
CP4.	Valorificarea potențialului creativ în abordarea problemelor profesionale	12. utilizează tehnici creative pentru identificarea soluțiilor în domeniul marketingului, implicit cu ajutorul competențelor de comunicare și muncă în echipă și cu utilizarea softurilor specializate;
CP5.	Realizarea activităților de achiziționare	13. identifică instrumentele / modalitățile de implementare a strategiilor, politicilor, planurilor de achiziționare, prin utilizarea sistemelor informatice complexe;
CP6.	Realizarea activităților logistice	14. identifică instrumentele / modalitățile de monitorizare și ajustare a strategiilor, politicilor și planurilor de stocare și distribuție, prin utilizarea sistemelor informatice complexe;
CP7.	Implementarea politicii de comunicare în marketing	15. elaborează strategia de comunicare în funcție de obiectivele stabilite, inclusiv prin utilizarea datelor generate de diverse site-

		uri, platforme, contribuind la creșterea notorietății și a vizibilității companiilor, brandurilor în cadrul pieței; 16. identifica instrumentele / modalitățile de implementare și coordonare a campaniilor de comunicare în marketing, consultând diverse rapoarte și soft-uri;
CP8.	Elaborarea conținutului publicitar	17.elabora conținuturi publicitare și determina criteriile de validare a acestora; 18.elabora media-planuri, bazându-se pe clasamentele de rating generate de softurile specializate în domeniu;
CP9.	Monitorizarea indicatorilor de performanță în marketing și logistică	19. determina și analiza indicatorii de performanță prin care poate fi evaluat marketingul și logistica; 20. prognoza indicatorilor de performanță în contextul planificării strategice de marketing
CP10.	Evaluarea performanțelor în marketing și logistică	21.evalua rezultatele activităților din marketing și logistică, pentru a contribui la eficientizarea activităților și creșterea competitivității întreprinderii/organizației, implicit prin instrumente digitale de generare a datelor primare și rapoartelor.

MATRICEA DE CORELARE A COMPETENȚELOR ȘI A REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII DIN STANDARDUL DE CALIFICARE CU DISCIPLINELE/MODULELE DIN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT

MATRICEA CORELĂRII REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII FORMATE ÎN CADRUL PROGRAMULUI CU CELE ALE UNITĂȚILOR DE CURS/ MODULULUI																							
Codul unității de curs/ modulului	Denumirea unității de curs/modulului	Nr. ECTS .	Competențe																				
			Generale										Profesionale										
			CG1	CG2	CG4	CP1	CP2	CG3	CG5	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP9	CP10						
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC																				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
F.01.O.01.21.	Microeconomie	4	1	1	1	1																	
F.01.O.02.62.	Matematica economică	4	0,5	0,5	0,5	1														0,5	0,5	0,5	
G.01.O.03.22.	Comunicare și corespondență economică	3												1			0,5	0,5	1				
G.01.O.04.61.	Informatica economică	2	0,2	0,2	0,4	0,2									0,2	0,2					0,2	0,2	0,2
S.01.O.05.23	Dreptul afacerilor	4	0,5	0,5	0,2	0,2			2						0,3	0,3							
S.01.O.06.12	Marketing general și business to business	6	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
S.01.O.07.11.	Antreprenoriat	4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,4	0,3	0,3										
U.01.A.08.31	Integrare Economică și Economie Europeană	3	0,5	0,5	0,5		0,5		1														
U.01.A.08.31	Economia Uniunii Europene și politici comunitare	3	0,5	0,5	0,5		0,5		1														
U.01.A.08.23	Drept instituțional al Uniunii Europene	3	0,5	0,5	0,25	0,25			1						0,25	0,25							
U.01.A.08.11	Managementul timpului	3		0,4			0,4			0,6								0,4		0,4		0,4	0,4
G.01.O.09.52.	Educație fizică I	-																					
F.02.O.10.21	Macroeconomie	4	1	1	1	1																	
F.02.O.11.62.	Statistică	4	0,5	0,5	0,5	1															0,5	0,5	0,5
G.02.O.12.32.	Limba străină de afaceri (eng., fr., germ.)	2												0,5			0,5	0,5	0,5				
S.02.O.13.11.	Management	5	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25		0,25	0,25	0,25
S.02.O.14.12.	Comportamentul consumatorului	5	0,25	0,25	0,25	0,25	0,5	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25			0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
S.02.O.15.12.	Logistica	5	0,4	0,4	0,4	0,4				0,4					1	1					0,4	0,3	0,3
G.02.O.16.52.	Educație fizică II	-																					
SP.02.O.17.12.	Practica de inițiere în specialitate	5	1	1	1																2		
F.03.O.18.62.	Econometrie	4	0,5	0,5	0,5	1															0,5	0,5	0,5
S.03.O.19.12.	Marketingul serviciilor	3					0,4	0,4		0,4			0,4	0,4			0,4				0,3		0,3

MATRICEA CORELĂRII REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII FORMATE ÎN CADRUL PROGRAMULUI CU CELE ALE UNITĂȚILOR DE CURS/ MODULULUI																						
Codul unității de curs/ modulului	Denumirea unității de curs/modulului	Nr. ECTS .	Competențe																			
			Generale										Profesionale									
			CG1	CG2	CG4	CP1	CP2	CG3	CG5	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP9	CP10					
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC																			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21		
G.03.O.20.22.	Tehnici de comunicare în limba străină (eng., fr., germ.)	2										0,5			0,5	0,5	0,5					
F.03.O.21.51.	Bazele contabilității	5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5				0,5			0,5	0,5				0,5		0,5
S.04.O.22.12	Ecomarketing și etica profesională	4							0,4	0,4	0,4	0,4	0,4		0,4	0,4				0,4	0,4	0,4
S.03.O.23.12	Marketing internațional	5							0,8	0,6	0,6	0,6	0,6							0,6	0,6	0,6
F.03.O.24.41.	Finanțe	4	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5				0,5								0,5		0,5
U.03.A.25. 22.	Psihologie socială și economică	3			0,25	0,25	0,25	0,25								0,5		0,5		0,5		0,5
	Sociologie	3	1	1	1																	
	Filosofie	3	1	1	1																	
	Politologie	3	1	1	1																	
S.04.O.26.51	Analiza economico – financiară	4				0,5				0,5										1	1	1
S.04.O.27.12	Tehnologii digitale în marketing și logistică	4				0,5							0,4	0,4	0,4	0,4		0,5	0,4	0,3	0,3	0,4
S.04.O.28.12	Cercetări de marketing	5	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3			0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
S.04.O.29.12	Proiect de an	2		0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
SP.04.O.30.12	Practica de specialitate I	8	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,2	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,2	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
AM.04.O.31.12	Formare profesională I la unitate	3																				
S.04.A.32.11	Cultura și etica în afaceri	4															1	1	1	1		
	Managementul riscurilor în afaceri	4	0,5	0,5	0,5		0,5		0,5											0,5	0,5	0,5
	Logistica aprovizionării	4													2	2						
S.05.O.33.12	Logistica comercială și a transporturilor	4					0,7					0,7				0,7				0,7	0,7	0,5
S.05.O.34.12	Tehnici promoționale	4								0,5		0,5					1	0,5	0,3	0,3	0,3	0,3
S.05.O.35.12	Trade Marketing	4					0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3				0,3	0,3	0,3
SP.05.O.36.12	Practica de specialitate II	8	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,2	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,2	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
S.05.A.37.13	Turism internațional	4	2	2																		
S.05.A.37.13	Merceologia și expertiza mărfurilor	4									2				2							

MATRICEA CORELĂRII REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII FORMATE ÎN CADRUL PROGRAMULUI CU CELE ALE UNITĂȚILOR DE CURS/ MODULULUI																						
Codul unității de curs/ modulului	Denumirea unității de curs/modulului	Nr. ECTS .	Competențe																			
			Generale										Profesionale									
			CG1	CG2	CG4	CP1	CP2	CG3	CG5	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP9	CP10					
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC																			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
S.05.A.37.41	Fiscalitate	4	1	1				1			1											
S.05.A.37.31	Tehnici de comerț exterior	4	0,5	0,5			0,5	0,5	0,5					0,5	0,5					0,5		
S.05.A.37.11	Management inovării	4	0,4	0,4	0,4		0,4	0,4	0,4					0,8						0,4	0,4	
AM.05.O.38.12	Formare profesională II la unitate	6																				
S.06.O.39.12.	Depozitarea și gestiunea stocurilor de mărfuri	2												0,4	0,4					0,4	0,4	0,4
S.06.O.40.12.	Tehnici de vânzări	2														0,4	0,4			0,4	0,4	0,4
S.06.O.41.12	Marketing online	3														0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	
S.06.A.42.12	Marketingul turistic	4						0,5	0,5	0,5	0,5	0,5								0,5	0,5	0,5
S.06.A.42.12	Marketing social	4					0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5								0,5		
S.06.A.42.12	Marketing inovațional	4	0,4	0,4	0,4		0,2	0,2					0,8					0,4	0,4	0,4		0,4
AM.06.O.43.12	Formare profesională III la unitate	4																				
SP.06.O.44.12	Practica de licență	6	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3		0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
	Teza de licență	9	0,4	0,4	0,4	0,4	0,6	0,4	0,4	0,6	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,6
	Total	180																				

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 publicitate** și este în corespundere cu [Nomenclatorul domeniilor de studii și al specialităților în învățământul superior](#), aprobat prin HG nr. 412/2024, cu prevederile Codului Educației al Republicii Moldova nr. 152/ 2014 și cu Ordinul Ministrului Educației și Cercetării nr. 510/2025, Planul-cadru pentru studii superioare de licență, master și integrate.

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

Forma de organizare: învățământul cu frecvență **dual**; **durata studiilor:** 3 ani ; **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. Absolvenții programului de studii **0414.1 Marketing și logistică** se certifică prin: Diplomă de licență, iar titlul obținut este de licențiat în științe economice.

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, tehnici de vânzări, etc.

Conform [REGULAMENT-ului cu privire la organizarea și desfășurarea învățământului dual în cadrul studiilor superioare de licență \(ciclul I\)](#), **învățământul dual** este o formă de instruire în cadrul căruia instruirea teoretică se realizează în instituția de învățământ superior, iar cea practică – la întreprindere. Această formă de studii este ghidată de principiul creării unui parteneriat între părțile implicate în procesul de formare profesională prin învățământ dual, care presupune cooperarea și partajarea clară a obligațiilor și responsabilităților, pentru a asigura un proces de studii superioare de calitate. În Planul de învățământ timpul aferent activităților din cadrul entității este inclus în categoria ”activitate de muncă”, abreviat AM, conform prevederilor [PLANUL-CADRU pentru studii superioare de licență, master și integrate](#), (aprobat prin Ordinul MEC nr.510 din 07.04.2025) și este prevăzută în semestrele IV, V, VI, care împreună cu stagiile de practică constituie circa 40% din volumul total de timp dedicat formării profesionale a beneficiarului, din cele 180 credite ECTS.

2. Obiectivele programului de studii, inclusiv corespunderea acestora misiunii universității

În conformitate cu **misiunea** asumată de Academia de Studii Economice din Moldova ” de a crea noi cunoștințe și 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 într-o societate democratică în continuă schimbare” și **viziunea** Academiei de Studii Economice din Moldova – ”universitate angajată în viitor – o universitate de referință pentru zona Europei Centrale și de Est, asumându-și vocația și valorile statuate la înființare, precum și voința de schimbare și adaptare la noile imperative ale timpului”, de rând cu [Statutul ASEM](#), [Strategia de dezvoltarea ASEM 2023-2028](#), [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 creare și realizare de programe de marketing axate spre realizarea obiectivelor organizațiilor; planificarea și realizarea operațiunilor logistice.

Planul de învățământ la programul de studii **0414.1 Marketing și logistică** este racordat la recomandările [Clasificării Internaționale Standard a Educației](#) (ISCED), elaborate de UNESCO, [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, master și integrate, aprobat prin Ordinul MEC nr.510 din 07.04.2025, Regulamentului de organizare a studiilor superioare de licență (ciclul I) și integrate, aprobat prin ordinul nr. 1265 din 12.12.2019. Planul de învățământ, răspunde cerințelor contemporane ale învățământului universitar, fiind aliniat la Standardele Internaționale de Educație după care se pregătesc specialiști în domeniul **Marketingului și logisticii**, oferind posibilitatea ca absolvenții să poată intra direct pe piața muncii sau să-și continue studiile prin programele masterat.

3. Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social

În procesul de actualizare a Planului de studii la programul **0414.1 Marketing și logistică**, se țin cont de prevederile Standardului de calificare în domeniul 0414 Marketing pentru Ciclul Licență din Republica Moldova, care a intrat în vigoare din luna februarie 2023 și care sunt corelate cu Cadrul European al Calificărilor. În același timp ținem 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, dar și prin chestionări realizate la nivel instituțional și de departamentul de profil. 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.

4. 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., Asociația Națională de Marketing, compania de consultanță Xplaine SRL, oferta educațională a unor universități de top din România, Franța, Spania 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/studenți; analiza neconformităților constatate pe parcursul anilor universitari precedenți.

5. Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă

Relevanța prezentului program de studii rezultă din obiectivele stabilite în *CONCEPTUL Strategiei de dezvoltare a educației pentru anii 2021-2030 „Educația-2030”*, *Strategia națională de dezvoltare „Moldova 2030”* și în strategiile instituționale: Strategia de dezvoltare ASEM, Strategia de internaționalizare a ASEM care etalează imperativitatea forței de muncă calificată, cu studii superioare de licență în domeniul **0414.1 Marketing și logistică**.

Schimbarea continuă a mediului de afaceri, inclusiv sub influența tehnologizării / digitalizării și a crizelor din diverse sfere, 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 și servire a clienților. Schimbarea valorilor consumatorilor, comoditatea livrărilor la distanță, concurența internațională, etc. au impulsionat 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. În acest context de idei, se evidențiază mai multe direcții esențiale pentru dezvoltarea și modernizarea învățământului superior:

- creșterea ratei de participare la învățământul superior în domenii strategice pentru dezvoltarea social-economică a țării, ceea ce contribuie la consolidarea capitalului uman calificat;
- modernizarea curriculumului universitar printr-o abordare centrată pe competențe, adaptată cerințelor economiei actuale și axată pe nevoile reale ale pieței muncii;
- dezvoltarea competențelor digitale, realizată prin integrarea și aplicarea conținuturilor educaționale digitale în procesul didactic, contribuind astfel la pregătirea studenților pentru provocările economiei digitale;
- consolidarea sistemului de consiliere în carieră, care sprijină studenții în orientarea profesională și proiectarea parcursului lor profesional pe tot parcursul vieții;
- promovarea cercetării ca instrument esențial pentru formarea profesională avansată, contribuind la îmbunătățirea performanței și calității în învățământul superior;
- dezvoltarea parteneriatelor educaționale, care facilitează colaborarea dintre instituțiile de învățământ superior, mediul economic și partenerii sociali, în vederea unei formări eficiente și relevante pentru piața muncii.

6. Posibilitățile de angajare a absolvenților (corelate cu CORM și ESCO);

Absolvenții *programului* de studii **0414.1 Marketing și logistică** se pot realiza prin prisma competențelor și abilităților obținute în procesul de studiu în multiple domenii ale economiei Republicii Moldova, dar și în afară.

În conformitate cu [Clasificatorul ocupațiilor din Republica Moldova](#) (006-2021), absolvenții acestui program pot activa în calitate de:

- 243101 Analist/analistă în publicitate și marketing,
- 243102 Analist/analistă studii de piață
- 243103 Brand manager de produs
- 243104 Copywriter (textier/textieră) publicitate
- 243105 Manager în publicitate și marketing
- 243106 Merchandiser
- 243107 Planificator/planificatoare media
- 243108 Social media manager
- 243109 Specialist/specialistă în achiziționarea spațiului publicitar
- 243110 Specialist/specialistă în marketing (marketolog/marketologă)
- 243111 Specialist/specialistă în prețuri
- 243112 Specialist/specialistă în publicitate
- 243113 Specialist/specialistă marketing în rețea
- 243114 Telemarketologa
- 243206 Organizator/organizatoare târguri și expoziții
- 243207 Prezentator/prezentatoare expoziții
- 243209 Specialist/specialistă în activitatea de lobby
- 243211 Specialist/specialistă în relații publice
- 243302 Manager în vânzări
- 243305 Specialist/specialistă operațiuni comerciale
- 243306 Specialist/specialistă servicii postvânzare
- 332301 Administrator/administratoare achiziții
- 333102 Coordonator/coordonatoare expediții și logistică

Conform ESCO 08 absolvenții pot fi angajați în calitate de:

- 2421 Analisti de management și organizare

7. 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) din [domeniul științe economice](#), la programe de masterat din alte domenii de studii după acumularea minimului curricular și luând în considerare prevederile art.90 (6) al Codului educației al Republicii Moldova nr.152 din 17.07.2014 (acumularea cel puțin a 300 credite de studii pe parcursul ciclului I și ciclului II), 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.

8. Lista competențelor și a rezultatelor învățării aferente programului de studii

Concepția dezvoltării specialistului la Programul de studii **0414.1 Marketing și logistică** rezidă în formarea/dezvoltarea competențelor *transversale, profesionale generale și specifice*, necesare pentru activitatea profesională de economist.

În conformitate standardul de calificare la programului de studii **0414.1 Marketing și logistică**, au fost stabilite următoarele trei categorii de **competențe**:

COMPETENȚE TRANSVERSALE (CT)	CT 1. Dezvoltarea personală și profesională CT 2. Managementul timpului CT 3. Autonomie și responsabilitate CT 4. Colaborare și munca în echipă CT 5. Agilitate CT 6. Comunicare eficientă CT 7. Competențe digitale
COMPETENȚELE GENERALE (sectoriale/transsectoriale) (CG)	CG1. Utilizarea cunoștințelor fundamentale de teorie economică în domeniul de activitate CG2. Aplicarea principiilor, teoriilor, metodelor și instrumentelor necesare pentru analiza și desfășurarea activităților economice CG3. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea datelor, aplicarea indicatorilor, strategiilor și politicilor adecvate domeniului de activitate CG4. Utilizarea software și a sistemelor de calcul și operare a datelor specifice domeniului de activitate CG5. Organizarea activității conform cadrului juridic specific domeniului de activitate
COMPETENȚE PROFESIONALE (CP)	CP 1. Realizarea cercetărilor de marketing CP2. Conceperea și realizarea programelor și a proiecte de orientare spre piață CP3. Realizarea politicii de marketing a întreprinderii CP4. Valorificarea potențialului creativ în abordarea problemelor profesionale CP5. Realizarea activităților de achiziționare CP6. Realizarea activităților logistice CP7. Implementarea politicii de comunicare în marketing CP8. Elaborarea conținutului publicitar CP9. Monitorizarea indicatorilor de performanță în marketing și logistică CP10. Evaluarea performanțelor în marketing și logistică

Lista rezultatelor învățării:

Absolventul /candidatul la atribuirea calificării poate:

1. rezolva probleme întâlnite în diverse contexte profesionale, aplicând principiile, normele și valorile fundamentale ale științei economice;
2. evalua factorii mediului intern și extern și impactul asupra funcționării organizației/ramurii/economiei naționale, aplicând măsuri preventive pentru a minimiza riscurile;
3. analiza procesele micro și macro economice, identificând instrumentarul de cercetare, în funcție de obiective și obiectul de studiu, utilizând tehnici și instrumente digitale;
4. realiza cercetarea de marketing în baza surselor relevante și obiective de informare, cu scopul de a interpreta și prognoza tendințele actuale și de viitor ale pieței, utilizând tehnici și instrumente digitale;
5. elabora programe și proiecte de orientare spre piață, contribuind la satisfacerea nevoilor consumatorilor;
6. ajusta activitățile operaționale conform intereselor consumatorilor/publicului-țintă, asigurând realizarea proiectelor de orientare spre piață;
7. aplica prevederile cadrului normativ asociat funcționării eficiente a entității, respectând inclusiv codul deontologic al marketerului, existent la nivel național și internațional;
8. elabora un plan de activitate în domeniul marketingului, stabilind obiectivele, responsabilitățile, costurile, riscurile
9. aplica instrumentele aferente realizării politicii de produs;
10. evalua sensibilitatea cererii față de preț, propunând programe de stimulare a vânzărilor și urmărind realizarea conformă a distribuției produselor: transportare, depozitare, stocare, recepție;
11. aplica instrumentele și tehnicile de promovare adoptate în întreprindere / organizație;
12. utiliza tehnici creative pentru identificarea soluțiilor în domeniul marketingului, implicit cu ajutorul competențelor de comunicare și muncă în echipă și cu utilizarea softurilor specializate;
13. identifica instrumentele / modalitățile de implementare a strategiilor, politicilor, planurilor de achiziționare, prin utilizarea sistemelor informatice complexe;
14. identifica instrumentele / modalitățile de monitorizare și ajustare a strategiilor, politicilor și planurilor de stocare și distribuție, prin utilizarea sistemelor informatice complexe;
15. elabora strategia de comunicare în funcție de obiectivele stabilite, inclusiv prin utilizarea datelor generate de diverse site-uri, platforme, contribuind la creșterea notorietății și a vizibilității companiilor, brandurilor în cadrul pieței;
16. identifica instrumentele / modalitățile de implementare și coordonare a campaniilor de comunicare în marketing, consultând diverse rapoarte și soft-uri;
17. elabora conținuturi publicitare și determina criteriile de validare a acestora;
18. elabora media-planuri, bazându-se pe clasamentele de rating generate de softurile specializate în domeniu;
19. determina și analiza indicatorii de performanță prin care poate fi evaluat marketingul și logistica
20. prognoza indicatorilor de performanță în contextul planificării strategice de marketing
21. evalua rezultatele activităților din marketing și logistică, pentru a contribui la eficientizarea activităților și creșterea competitivității întreprinderii/organizației, implicit prin instrumente digitale de generare a datelor primare și rapoartelor.