

Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova

Министерство Образования и Исследований Республики Молдова

Academia de Studii Economice din Moldova

Молдавская Экономическая Академия

COORDONAT

ОДОБРЕНО

Ministerul Educației și Cercetării

Министерством Образования и Исследований

nr./ № _____
din/ от _____

Ministru/ Министр _____ **Dan PERCIUN**

APROBAT

УТВЕРЖДЕНО

La ședința Senatului ASEM

На заседании Сената МЭА

Proces verbal nr./ Протокол № _____
din/ от 25 martie/март 2026

Rector/Ректор _____ **Alexandru STRATAN**



PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
Учебный план
pentru ciclul I, studii superioare de licență
для I цикла, лицензиат

Nivelul calificării conform ISCED și CNC:

Уровень квалификации согласно ISCED и CNC:

Domeniul general de studii:

Общее направление образования:

Domeniul de formare profesională:

Направление профессиональной подготовки:

Programul:

Образовательная программа:

Numărul total de credite de studiu ECTS:

Общее количество зачетных единиц:

Titlul obținut la finele studiilor:

Звание присваивается по завершении обучения:

Baza admiterii:

Условия приема:

Limba de instruire:

Язык обучения:

Forma de organizare a învățământului:

Форма обучения:

6 ISCED și 6 CNC

6 ISCED и 6 CNC

041 Științe economice

041 Экономические науки

0414. Marketing și publicitate

0414. Маркетинг и реклама

0414.1. Marketing și logistică

0414.1. Маркетинг и логистика

180 ECTS

180 зачетных единиц

Licențiat în Științe economice

Лицензиат экономических наук

Diploma de bacalaureat, diploma de studii profesionale sau alt act de studii echivalent, recunoscut de autoritatea competentă

Диплом бакалавра, диплом о среднем профессиональном образовании, или эквивалентный документ признанный компетентным органом

Română, rusă

Румынский, русский

Învățământ cu frecvență redusă

Заочное обучение

Înregistrat

Зарегистрировано

Agencia Națională de Asigurare a Calității în Educație și Cercetare

Национальным Агентством по Обеспечению Качества Образования и Исследований

Nr. / № _____ din / от _____

RESPONSABIL DE PROGRAM

ОТВЕТСТВЕННЫЙ ЗА ПРОГРАММУ

Șef departament "Marketing și logistică"

Заведующий Департамента «Маркетинг и логистика»

 SAVCIUC Oxana, dr., conf.univ.

Aprobat / Утверждено:

Proces verbal nr. 6 din 12 martie /март 2026

Протокол № от

APROBAT

УТВЕРЖДЕНО

Președintele Consiliului Calității ASEM

Председатель Совета по качеству МЭА

 CASIAN Angela, dr., conf.univ.

Proces verbal nr. / Протокол № 4

din/ от 24 martie/март 2026

APROBAT

УТВЕРЖДЕНО

Președintele Consiliului Facultății „Business și
Administrarea Afacerilor”

Совет факультета Бизнеса и делового
администрирования

 NEGRU Ion, dr., conf.univ.

Proces verbal nr. / Протокол № 5

din/ от 16 martie /март 2026

Calendarul universitar <i>Календарь образовательной деятельности</i>					
Termene (date calendaristice exprimate în luni) și durată (număr de săptămâni) <i>Сроки (в месяцах) и длительность (недель)</i>					
Anul de studii <i>Учебный год</i>	Activități didactice <i>Расписание занятий</i>		Sesiuni de examinare <i>Экзаменационные сессии</i>		Stagii de practică <i>Практика</i>
	Sem. I <i>1-й сем.</i>	Sem. II <i>2-ой сем</i>	Sem. I <i>1-й сем.</i>	Sem. II <i>2-ой сем</i>	
Anul I <i>1 курс</i>	Octombrie - noiembrie <i>Октябрь-ноябрь</i> 3 săpt. <i>3 недели</i>	Ianuarie – februarie <i>Январь-февраль</i> 3 săpt. <i>3 недели</i>	Ianuarie <i>Январь</i> 1 săpt. <i>1 неделя</i>	Aprilie <i>Апрель</i> 1 săpt. <i>1 неделя</i>	-
Anul II <i>2 курс</i>	Octombrie - noiembrie <i>Октябрь-ноябрь</i> 3 săpt. <i>3 недели</i>	Ianuarie – februarie <i>Январь-февраль</i> 3 săpt. <i>3 недели</i>	Ianuarie <i>Январь</i> 1 săpt. <i>1 неделя</i>	Aprilie - mai <i>Апрель - май</i> 1 săpt. <i>1 неделя</i>	Sem. IV <i>4-ый сем .</i> mai <i>май</i> 3 săpt. <i>3 недели</i>
Anul III <i>3 курс</i>	Octombrie - noiembrie <i>Октябрь-ноябрь</i> 3 săpt. <i>3 недели</i>	Februarie <i>Февраль</i> 3 săpt. <i>3 недели</i>	Ianuarie - Februarie <i>Январь - Февраль</i> 1 săpt. <i>1 неделя</i>	Mai <i>Май</i> 1 săpt. <i>1 неделя</i>	Sem. VI <i>6- ой сем.</i> Februarie - martie <i>Февраль - март</i> 5 săpt. <i>5 недель</i>
Anul IV <i>4 курс</i>	Septembrie-octombrie <i>Сентябрь - октябрь</i> 3 săpt. <i>3 недели</i>	Ianuarie - Februarie <i>Январь - Февраль</i> 2 săpt. <i>2 неделя</i>	Ianuarie <i>Январь</i> 1 săpt. <i>1 неделя</i>	Mai <i>Май</i> 1 săpt. <i>1 неделя</i>	Sem. VII <i>7-ой сем.</i> Octombrie - noiembrie <i>Октябрь - ноябрь</i> 5 săpt. <i>5 недель</i> Sem. VIII <i>8-ой сем.</i> Februarie - martie <i>Февраль - март</i> 4 săpt. <i>4 недель</i>
Total nr. săpt. <i>Общее количество недель</i>	12 săpt. <i>12 недель</i>	11 săpt. <i>11 недель</i>	4 săpt. <i>4 недели</i>	4 săpt. <i>4 недели</i>	17 săpt. <i>17 недель</i>

Planul de învățământ pe anii de studii									
Учебный план по годам обучения									
Cod <i>Код</i>	Denumire a unității de curs / <i>Название предмета</i>	Total ore <i>Общее количество часов</i>			Număr de ore pe tipuri de activități <i>Количество часов по назначению</i>			Forma de evaluare / <i>Форма оценки</i>	Nr. credite/ <i>Каличество зач.эдин.</i>
		Total / <i>Всего</i>	Contact Direct / <i>Прямой контакт</i>	Studiu Individual / <i>Индивидуальна я деятельност ь</i>	Curs/ <i>Лекции</i>	Seminar/ <i>Семинар</i>	Laboratoar e /Practice <i>Лабораторн ые/ Практичес кие занятия</i>		
ANUL I de STUDII / 1-й курс									
SEMESTRUL I / 1-й семестр									
F.01.O.01.21.	Microeconomie <i>Микроэкономика</i>	150	30	120	16	14	0	E	5
F.01.O.02.62.	Matematica economică <i>Экономическая математика</i>	150	30	120	16	14	0	E	5
G.01.O.03.22.	Comunicare și etică profesională <i>Коммуникация и профессиональная этика</i>	90	18	72	10	8	0	E	3
G.01.O.04.61.	Informatica economică <i>Экономическая информатика</i>	60	12	48	4	0	8	E	2
F.01.O.05.23	Dreptul afacerilor <i>Бизнес-право</i>	120	24	96	14	10	0	E	4
S.01.O.06.12	Marketing general și business to business <i>Общий и бизнес для бизнеса маркетинг</i>	180	36	144	24	12	0	E	6
Total discipline semestrul I / <i>Всего за 1-ый семестр</i>		750	150	600	84	58	8	6E	25
	Cultura comunicării în limba română pentru alolingvi* <i>Культура общения на румынском языке</i>	60	12	48	0	12	0	V	0
SEMESTRUL II / 2-ой семестр									
F.02.O.07.21	Macroeconomie <i>Макроэкономика</i>	150	30	120	16	14	0	E	5
F.02.O.08.11.	Antreprenoriat <i>Предпринимательство</i>	150	30	120	16	14	0	E	5
F.02.O.09.62.	Statistică <i>Статистика</i>	150	30	120	16	14	0	E	5
G.02.O.10.32.	Limba străină de afaceri (eng., fr., germ.) <i>Иностранный деловой язык (англ., фр., нем.)</i>	60	12	48	0	12	0	E	2
S.02.O.11.12.	Comportamentul consumatorului <i>Поведение потребителей</i>	150	30	120	18	12	0	E	5

* Se va preda doar în grupele alolingve / Только для преподавания в русских группах

Planul de învățământ pe anii de studii									
<i>Учебный план по годам обучения</i>									
Cod <i>Код</i>	Denumire a unității de curs / <i>Название предмета</i>	Total ore <i>Общее количество часов</i>			Număr de ore pe tipuri de activități <i>Количество часов по назначению</i>			Forma de evaluare / <i>Форма оценки</i>	Nr. credite / <i>Количество зач.един.</i>
		Total / <i>Всего</i>	Contact Direct / <i>Прямой контакт</i>	Studiu Individual / <i>Индивидуальная деятельность</i>	Curs / <i>Лекции</i>	Seminar / <i>Семинар</i>	Laboratoare / Practice <i>Лабораторные / Практические занятия</i>		
U.02.A.12.31	Integrare Economică și Economie Europeană <i>Экономическая интеграция и европейская экономика</i>	90	18	72	10	8	0	E	3
U.02.A.12.31	Economia Uniunii Europene și politici comunitare <i>Экономика ЕС и политика Сообщества</i>								
U.02.A.12.23.	Drept instituțional al Uniunii Europene <i>Институциональное право Европейского Союза</i>								
U.02.A.12.11.	Managementul timpului <i>Тайм-менеджмент</i>								
Total discipline semestrul II <i>Всего за 2-ый семестр</i>		750	150	600	76	74	0	6E	25
Total pe anul I de studii <i>Всего за 1-й курс</i>		1500	300	1200	160	132	8	12E	50
ANUL II de STUDII / 2-ой курс									
SEMESTRUL III / 3-й семестр									
F.03.O.13.62.	Econometrie <i>Эконометрия</i>	150	30	120	16	14	0	E	5
F.03.O.14.11.	Management <i>Менеджмент</i>	150	30	120	16	14	0	E	5
G.03.O.15.32.	Tehnici de comunicare în limba străină (eng., fr., germ.) <i>Техники общения на иностранном языке (англ., фр., нем.)</i>	60	12	48	0	12	0	E	2
S.03.O.16.12.	Logistica <i>Логистика</i>	150	30	120	18	12	0	E	5
S.03.O.17.12.	Marketingul serviciilor <i>Маркетинг услуг</i>	120	24	96	12	12	0	E	4
U.03.A.18. 22.	Psihologie social-economică <i>Социальная и экономическая психология</i>	90	18	72	10	8	0	E	3
	Sociologie <i>Социология</i>								
	Filosofie <i>Философия</i>								
	Politologie <i>Политология</i>								

Planul de învățământ pe anii de studii									
Учебный план по годам обучения									
Cod <i>Код</i>	Denumire a unității de curs / <i>Название предмета</i>	Total ore <i>Общее количество часов</i>			Număr de ore pe tipuri de activități <i>Количество часов по назначению</i>			Forma de evaluare / <i>Форма оценки</i>	Nr. credite/ <i>Каличество зач.эдин.</i>
		Total / <i>Всего</i>	Contact Direct / <i>Прямой контакт</i>	Studiu Individual / <i>Индивидуальна я деятельност ь</i>	Curs/ <i>Лекции</i>	Seminar/ <i>Семинар</i>	Laboratoar e /Practice <i>Лабораторн ые/ Практичес кие занятия</i>		
Total discipline semestrul III <i>Всего за 3-ый семестр</i>		720	144	576	72	72	0	6E	24
SEMESTRUL IV / 4-ый семестр									
F.04.O.19.51.	Bazele contabilității <i>Основы бухгалтерского учета</i>	180	36	144	22	14	0	E	6
F.04.O.20.41.	Finanțe <i>Финансы</i>	150	30	120	16	14	0	E	5
S.04.O.21.12	Tehnologii digitale în marketing și logistică <i>Цифровые технологии в маркетинге и логистике</i>	150	30	120	0	0	30	E	5
SP.04.O.22.12	Practica de inițiere în specialitate <i>Вводная практика по специальности</i>	150	120	30	0	0	0	E	5
Total discipline semestrul IV <i>Всего за 4-ый семестр</i>		630	216	414	38	28	30	4E	21
Total pe anul II de studii <i>Всего за 2-й курс</i>		1350	360	990	110	100	30	10E	45
ANUL III de STUDII / 3-й курс									
SEMESTRUL V / 5-ый семестр									
F.05.O.23.51	Analiza economico – financiară <i>Экономический и финансовый анализ</i>	150	30	120	16	14	0	E	5
S.05.O.24.12	Logistica comercială și a transporturilor <i>Торговая и транспортная логистика</i>	120	24	96	12	12	0	E	4
S.05.O.25.12	Marketing internațional <i>Международный маркетинг</i>	150	30	120	18	12	0	E	5
S.05.O.26.12	Tehnici promoționale <i>Техники продвижения</i>	150	30	120	12	12	6	E	5
S.05.A.27.11	Cultura afacerilor <i>Деловая культура</i>	120	24	96	12	12	0	E	4
	Managementul riscurilor în afaceri <i>Управление рисками в бизнесе</i>								
	Logistica aprovizionării <i>Логистика снабжения</i>								
Total discipline semestrul V <i>Всего за 5-ый семестр</i>		690	138	552	70	62	6	5E	23
SEMESTRUL VI / 6-ой семестр									
S.06.O.28.12	Trade Marketing	120	24	96	12	12	0	E	4

Planul de învățământ pe anii de studii									
<i>Учебный план по годам обучения</i>									
Cod <i>Код</i>	Denumire a unității de curs / <i>Название предмета</i>	Total ore <i>Общее количество часов</i>			Număr de ore pe tipuri de activități <i>Количество часов по назначению</i>			Forma de evaluare / <i>Форма оценки</i>	Nr. credite / <i>Количество зач.един.</i>
		Total / <i>Всего</i>	Contact Direct / <i>Прямой контакт</i>	Studiu Individual / <i>Индивидуальная деятельность</i>	Curs / <i>Лекции</i>	Seminar / <i>Семинар</i>	Laboratoare / Practice <i>Лабораторные / Практические занятия</i>		
	<i>Трейд-маркетинг</i>								
S.06.O.29.12	Cercetări de marketing <i>Маркетинговые исследования</i>	180	36	144	12	12	12	E	6
S.06.O.30.12	Proiect de an <i>Курсовой проект</i>	60	0	60	0	0	0	E	2
SP.06.O.31.12	Practica de specialitate I <i>Практика по специальности I</i>	240	200	40	0	0	0	E	8
Total discipline semestrul VI <i>Всего за 6-ый семестр</i>		600	260	340	24	24	12	4E	20
Total pe anul III de studii <i>Всего за 3-й курс</i>		1290	398	892	94	86	18	10E	43
ANUL IV de STUDII / 4-й курс									
SEMESTRUL VII / 7-ой семестр									
S.07.O.32.12.	Depozitarea și gestiunea stocurilor de mărfuri <i>Складское хранение и управление товарными запасами</i>	60	12	48	8	4	0	E	2
S.07.O.33.12.	Marketing online <i>Онлайн-маркетинг</i>	90	18	72	4	4	10	E	3
S.07.O.34.12	Ecomarketing și etică profesională <i>Экомаркетинг и профессиональная этика</i>	120	24	96	12	12	0	E	4
SP.07.O.35.12	Practica de specialitate II <i>Практика по специальности II</i>	240	200	40	0	0	0	E	8
S.07.A.036.13	Turism internațional <i>Международный туризм</i>	120	24	96	12	12	0	E	4
	Merceologia și expertiza mărfurilor <i>Товароведение и экспертиза товаров</i>								
S.07.A.036.41	Fiscalitate <i>Налогообложение</i>								
S.07.A.036.31	Tehnici de comerț exterior <i>Техники внешней торговли</i>								
S.07.A.036.11	Managementul inovării <i>Менеджмент инноваций</i>								
Total discipline semestrul VII <i>Всего за 7-ый семестр</i>		620	278	352	36	32	10	5E	21

Planul de învățământ pe anii de studii									
Учебный план по годам обучения									
Cod Код	Denumire a unității de curs / Название предмета	Total ore Общее количество часов			Număr de ore pe tipuri de activități Количество часов по назначению			Forma de evaluare / Форма оценки	Nr. credite/ Каличество зач.един.
		Total / Всего	Contact Direct / Прямой контакт	Studiu Individual / Индивидуальная деятельность	Curs/ Лекции	Seminar/ Семинар	Laboratoare /Practice Лабораторные/ Практические занятия		
SEMESTRUL VIII / 8-ой семестр									
S.08.O.37.12.	Tehnici de vânzări Техники продаж	60	12	48	8	4	0	E	2
S.08.A.38.12	Marketing turistic Туристический маркетинг	120	24	96	12	12	0	E	4
	Marketing social Социальный маркетинг								
	Marketing inovativ Инновационный маркетинг								
SP.08.O.39.12	Practica de licență Преддипломная практика	180	150	30	0	0	0	E	6
	Teza de licență Дипломная работа	270	0	270	0	0	0	E	9
Total discipline semestrul VIII Всего за 8-ой семестр		630	186	444	20	16	0	4E	21
Total pe anul IV de studii Всего за 4-й курс		1260	464	796	56	48	10	8E	42
TOTAL GENERAL pe anii de studii Всего за все года обучения		5400	1522	3878	420	366	66	40E	180

Unități de curs Курс/модуль	Nr. total de ECTS Количество зач.един.	Ponderea, % Доля, %
Fundamentale (F) Фундаментальные (F)	55	30,56
Specialitate (S) Специальность (S)	74	41,11
Generale (G) Общие (G)	9	5
Umaniste (U) Гуманитарные науки (U)	6	3,33
Stagii de practică (SP) Практика (SP)	27	15
Teza de licență Дипломная работа	9	5
TOTAL	180	100

Stagiile de practică Практика						
Nr. №	Tipul stagiului de practică Вид практики	Semestru Семестр	Durată/ Длительность		Perioada desfășurării Период прохождения	Număr ECTS/ Количество зач.эдин.
			Nr. săpt. Количество недель	Nr. ore Количество часов		
1.	Practica de inițiere în specialitate Вводная практика по специальности	IV	3	150	Mai Май	5
2.	Practica de specialitate I Практика по специальности I	VI	5	240	Februarie - martie Февраль - март	8
3.	Practica de specialitate II Практика по специальности II	VII	5	240	Octombrie - noiembrie Октябрь - ноябрь	8
4.	Practica de licență Преддипломная практика	VIII	4	180	Februarie - martie Февраль - март	6
TOTAL Количество часов			17	810		27

Forma de evaluare finală a studiilor Финальная форма оценки знаний			
Nr. №	Forma de evaluare finală a studiilor Финальная форма оценки знаний	Termene de organizare / Сроки проведения	Nr. ECTS Количество зач.эдин.
1.	Teza de licență Дипломная работа	Iunie июнь	9

Unități de curs la libera alegere Факультативные предметы									
Cod Код	Denumirea unității de curs Наименование дисциплин	Număr total de ore Общее количество часов			Număr de ore pe tipuri de activități Количество часов по видам назначения			Forma de evaluare Форма оценки	Nr. ECTS Количество зач.един.
		Total / Всего	Contact Direct / В аудитории	Studiu Individual / Самостоятельна я работа	Curs/ Лекции	Seminar/ Семинары	Laboratoare/ Practice Лабораторные/ Практические занятия		
Anul I / 1-й курс									
Semestrul I / 1-й семестр									
G.01.L.01.22	Cultura vorbirii Культура речи	60	40	20	0	40	0	E	2
G.01.L.02.32	Limba străină II (eng., fr., germ.) Иностранный деловой язык II (англ., фр., нем.)	60	40	20	0	40	0	E	2
G.01.L.03.62	Elemente de matematică în economie Математика в экономике	60	40	20	20	20	0	E	2
U.01.L.04.42	Prevenirea utilizării sistemului financiar în scopul spălării banilor Предотвращение использования финансовой системы для целей отмыwania денег	60	16	44	10	6	0	E	2

Unități de curs la libera alegere Факультативные предметы									
Cod Код	Denumirea unității de curs Наименование дисциплин	Număr total de ore Общее количество часов			Număr de ore pe tipuri de activități Количество часов по видам назначения			Forma de evaluare Форма оценки	Nr. ECTS Количество зач.един.
		Total / Всего	Contact Direct / В аудитории	Studiu Individual / Самостоятельна я работа	Curs/ Лекции	Seminar/ Семинары	Laboratoare/ Practice Лабораторные/ Практические занятия		
Semestrul II/ 2-oi семестр									
G.02.L.05.61	Programare WEB Веб- программирование	60	40	20	10	0	30	E	2
G.02.L.06.13	Securitatea muncii Безопасность труда	60	40	20	20	20	0	E	2
G.02.L.07.32	Limba străină II (eng., fr., germ.) Иностранный деловой язык II(англ., фр., нем.)	60	40	20	0	40	0	E	2
U.02.L.08.22	Ecologie și protecția mediului Экология и окружающая среда	60	16	44	10	6	0	E	2
Anul II / 2-oi курс									
Semestrul III/ 3-й семестр									
G.03.L.09.61	Excel pentru afaceri Excel для бизнеса	60	40	20	10	0	30	E	2
G.03.L.10.32	Limba străină II (eng., fr., germ.) Иностранный деловой язык II(англ., фр., нем.)	60	40	20	0	40	0	E	2
U.03.L.11.21	Metode și tehnici de cercetare economică Методы и приемы экономических исследований	60	16	44	10	6	0	E	2
U.03.L.12.22	Psihologia comunicării de afaceri Психология деловой коммуникации	60	16	44	10	6	0	E	2
Semestrul IV/ 4-ый семестр									
G.04.L.13.11	Cultura afacerilor Деловая культура	60	40	20	20	20	0	E	2
G.04.L.14.32	Limba străină II (eng., fr., germ.) Иностранный деловой язык II(англ., фр., нем.)	60	40	20	0	40	0	E	2
G.04.L.15.11	Cultura organizațională Организационная cultura	60	40	20	20	20	0	E	2
G.04.L.16.23	Protecția datelor cu caracter personal Защита личных данных	60	40	20	20	20	0	E	2
Anul III/ 3-й курс									
Semestru V/ 5-ый семестр									
G.05.L.17.32	Limba străină II (eng., fr., germ.) Иностранный деловой язык II(англ., фр., нем.)	60	40	20	0	40	0	E	2

Unități de curs la libera alegere Факультативные предметы									
Cod Код	Denumirea unității de curs Наименование дисциплин	Număr total de ore Общее количество часов			Număr de ore pe tipuri de activități Количество часов по видам назначения			Forma de evaluare Форма оценки	Nr. ECTS Количество зач.един.
		Total / Всего	Contact Direct / В аудитории	Studiu Individual / Самостоятельна я работа	Curs/ Лекции	Seminar/ Семинары	Laboratoare/ Practice Лабораторные/ Практические занятия		
U.05.L.18.31	Diplomația și etica în afaceri internaționale Дипломатия и этика в международных делах	60	16	44	10	6	0	E	2
U.05.L.19.23	Protecția proprietății intelectuale Защита интеллектуальной собственности	60	16	44	10	6	0	E	2
U.05.L.20.22	Voluntariat și parteneriat în asistența socială Добровольчество и партнерство в социальной работе	60	16	44	10	6	0	E	2

Modulul psihopedagogic Психопедагогический модуль									
Cod Код	Denumirea unității de curs Наименование дисциплин	Total ore Количество часов			Număr de ore pe tipuri de activități Количество часов по назначению			Forma de evaluar e / Форма оценки	Nr. credite/ Количес тво зач.един.
		Total / Всего	Contact Direct / Прямой контакт	Studiu individual Индивидуаль ное обучение	Curs/ Лекцион ные занятия	Seminar/ Семинар ские занятия	Laboratoare/Pr actice Лабораторные/ Практические занятия		
Semestrul I / 1-й семестр									
F.01.O.01	Pedagogie generală Общая педагогика	240	96	144	60	36	0	E	8
F.01.O.02	Teoria și metodologia curriculumului Теория и методология учебных программ	120	48	72	30	18	0	E	4
F.01.O.03	Psihologia educației Педагогическая психология	120	48	72	30	18	0	E	4
S.01.O.04	Teoria si metodologia instruirii Теория и методология преподавания	120	60	60	30	30	0	E	4
S.01.O.05	Teoria si metodologia evaluării	120	60	60	30	30	0	E	4

Modulul psihopedagogic <i>Психопедагогический модуль</i>									
Cod <i>Код</i>	Denumirea unității de curs <i>Наименование дисциплин</i>	Total ore <i>Количество часов</i>			Număr de ore pe tipuri de activități <i>Количество часов по назначению</i>			Forma de evaluare / <i>Форма оценки</i>	Nr. credite / <i>Количество зач. ед.</i>
		Total / <i>Всего</i>	Contact Direct / <i>Прямой контакт</i>	Studiu individual <i>Индивидуальное обучение</i>	Curs / <i>Лекционные занятия</i>	Seminar / <i>Семинарские занятия</i>	Laboratoare / Pr <i>активные Лабораторные / Практические занятия</i>		
	<i>Теория и методология оценивания</i>								
S.01.O.06	Management educațional <i>Менеджмент образования</i>	90	44	46	30	14	0	E	3
S.01.O.07	Comunicare educațională <i>Коммуникация в сфере образования</i>	90	44	46	30	14	0	E	3
Semestrul II/ 2-oă семестр									
S.02.O.08	Stagiu pedagogic <i>Педагогическая практика</i>	900	900	0	0	0	0	E	30
TOTAL <i>Всего</i>		1800	1300	500	240	160	0	8E	60

Lista competențelor și a rezultatelor învățării aferente programului de studii

Competențe generale/profesionale		Rezultate ale învățării conform nivelului CNC
		<i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:</i>
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; 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;
CP1.	Realizarea cercetărilor de marketing	
CP2.	Conceperea și realizarea programelor și a proiectelor de orientare spre piață	
		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;

Competențe generale/profesionale		Rezultate ale învățării conform nivelului CNC
		<i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:</i>
CG3.	Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea datelor, aplicarea indicatorilor, strategiilor și politicilor adecvate domeniului de activitate	7. aplica 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
CP3.	Realizarea politicii de marketing a întreprinderii / organizației	9. aplica instrumentele aferente realizării politicii de produs;
CP4.	Valorificarea potențialului creativ în abordarea problemelor profesionale	10. evaluează sensibilitatea cererii față de preț, propunând programe de stimulare a vânzărilor și urmărind realizarea conformă a distribuției produselor: transportare, depozitare, stocare, recepție;
CP5.	Realizarea activităților de achiziționare	11. aplica instrumentele și tehnicile de promovare adoptate în întreprindere / organizație;
CP6.	Realizarea activităților logistice	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;
CP7.	Implementarea politicii de comunicare în marketing	13. identifică instrumentele / modalitățile de implementare a strategiilor, politicilor, planurilor de achiziționare, prin utilizarea sistemelor informatice complexe;
CP8.	Elaborarea conținutului publicitar	14. identifică instrumentele / modalitățile de monitorizare și ajustare a strategiilor, politicilor și planurilor de stocare și distribuție, prin utilizarea sistemelor informatice complexe;
CP9.	Monitorizarea indicatorilor de performanță în marketing și logistică	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;
CP10.	Evaluarea performanțelor în marketing și logistică	16. identifică instrumentele / modalitățile de implementare și coordonare a campaniilor de comunicare în marketing, consultând diverse rapoarte și soft-uri;
		17. elaborează conținuturi publicitare și determină criteriile de validare a acestora;
		18. elaborează media-planuri, bazându-se pe clasamentele de rating generate de softurile specializate în domeniu;
		19. determină și analizează indicatorii de performanță prin care poate fi evaluat marketingul și logistica;
		20. prognozează indicatorii de performanță în contextul planificării strategice de marketing
		21. evaluează 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.

Перечень компетенций и результатов обучения, связанных с программой обучения

Общие/профессиональные компетенции		Результаты обучения согласно уровню CNC
		Выпускник/кандидат на присвоение квалификации может:
OK1.	Использование фундаментальных знаний экономической теории в профессиональной деятельности	1. решать профессиональные задачи в различных контекстах, применяя принципы, нормы и основные ценности экономической науки; 2. оценивать внутренние и внешние факторы среды и их влияние на функционирование организации/отрасли/национальной экономики, принимая превентивные меры для минимизации рисков;
OK2.	Применение принципов, теорий, методов и инструментов, необходимых для анализа и ведения экономической деятельности	
OK4.	Использование программного обеспечения и информационных систем, специфичных для профессиональной деятельности	3. анализировать микро- и макроэкономические процессы, подбирая исследовательские инструменты в зависимости от цели и объекта исследования, используя цифровые технологии; 4. проводить маркетинговые исследования на основе релевантных источников и информационных целей с целью интерпретации и прогнозирования текущих и будущих рыночных тенденций, используя цифровые технологии;
ПК1.	Проведение маркетинговых исследований	
ПК2.	Разработка и реализация рыночно-ориентированных программ и проектов	5. разрабатывать программы и проекты, ориентированные на рынок, способствуя удовлетворению потребностей потребителей; 6. адаптировать операционную деятельность в соответствии с интересами потребителей/целевой аудитории, обеспечивая реализацию рыночных проектов;
OK3.	Сбор, обработка, анализ и интерпретация данных, применение индикаторов, стратегий и политик, соответствующих профессиональной деятельности	
OK5.	Организация деятельности в соответствии с юридическими рамками, специфичными для области	7. применять положения нормативно-правовой базы, обеспечивающей эффективное функционирование субъектов, соблюдая в том числе этический кодекс маркетолога на национальном и международном уровнях; 8. разрабатывать план деятельности в области маркетинга, устанавливая цели, ответственности, затраты, риски; 9. применять инструменты разработки продуктовой политики; 10. оценивать ценовую эластичность спроса, предлагать программы стимулирования продаж и контролировать процесс распределения продукции: транспортировка, складирование, хранение, приемка; 11. применять инструменты и методы продвижения, используемые в компании/организации;
ПК3.	Реализация маркетинговой политики предприятия / организации	
ПК4.	Использование творческого потенциала при решении профессиональных задач	12. использовать креативные техники для поиска решений в области маркетинга, в том числе с применением коммуникативных и командных навыков, а также специализированного программного обеспечения;
ПК5.	Осуществление закупочной деятельности	
		13. идентифицировать инструменты / способы реализации стратегий, политик, планов закупок с применением комплексных информационных систем;

Общие/профессиональные компетенции		Результаты обучения согласно уровню CNC
		Выпускник/кандидат на присвоение квалификации может:
ПК6.	Осуществление логистической деятельности	14. выявлять инструменты / способы мониторинга и корректировки стратегий, политик и планов хранения и распределения, используя информационные системы;
ПК7.	Реализация коммуникационной политики в маркетинге	15. разрабатывать коммуникационные стратегии в соответствии с установленными целями, в том числе на основе данных с веб-платформ, способствуя повышению узнаваемости и видимости компаний и брендов; 16. определять инструменты / способы реализации и координации маркетинговых коммуникационных кампаний, используя аналитические отчеты и специализированное ПО;
ПК8.	Разработка рекламного контента	17. разрабатывать рекламный контент и определять критерии его валидации; 18. разрабатывать медиапланы, основываясь на рейтингах, сформированных профильным программным обеспечением;
ПК9.	Мониторинг маркетинговых и логистических показателей эффективности	19. определять и анализировать показатели эффективности, по которым можно оценить маркетинг и логистику; 20. прогнозировать показатели эффективности в контексте стратегического маркетингового планирования;
ПК10.	Оценка эффективности маркетинга и логистики	21. оценивать результаты маркетинговой и логистической деятельности с целью повышения эффективности и конкурентоспособности предприятия/организации, включая использование цифровых инструментов сбора первичных данных и отчетности.

MATRICEA DE CORELARE A COMPETENȚELOR ȘI A REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII DIN STANDARDUL DE CALIFICARE CU DISCIPLINELE/MODULELE DIN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT / МАТРИЦА, ОТОБРАЖАЮЩАЯ КОМПЕТЕНЦИИ И РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИОННОГО СТАНДАРТА НА ПРЕДМЕТАХ/МОДУЛЯХ УЧЕБНОГО ПЛАНА

Denumirea unității de curs/moduleului Название предмета/ модуля	Codul unității de curs/ modulului Код предмета/ модуля	Nr. ECTS Качество зач.един.	Competențe / Компетенции																				
			Generale / Общепрофессиональные / Profesionale / Профессиональные																				
			CG1	CG2	CG4	CP1	CP2		CG3	CG5	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7		CP8		CP9	CP10			
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC / Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC																				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21			
Microeconomie Микроэкономика	F.01.O.01.21.	5	1	2	1	1																	
Matematica economică Экономическая математика	F.01.O.02.62.	5	0,5	0,5	1	1,5													0,5	0,5	0,5		
Comunicare și etică profesională Коммуникация и профессиональная этика	G.01.O.03.22.	3												1		0,5	0,5	1					
Informatica economică Экономическая информатика	G.01.O.04.61.	2	0,2	0,2	0,4	0,2									0,2	0,2				0,2	0,2	0,2	
Dreptul afacerilor Бизнес-право	F.01.O.05.23	4	0,5	0,5	UY0,2	0,2			2						0,3	0,3							
Marketing general și business to business Обици и бизнес для бизнеса маркетинг	S.01.O.06.12	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
Cultura comunicării în limba română (pentru alolingvi)* Культура общения на румынском языке																							
Macroeconomie Макроэкономика	F.02.O.07.21	5	1	2	1	1																	
Antreprenoriat Предпринимательство	F.02.O.08.11.	5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,7	0,4	0,4	0,7	0,4	0,4	0,4										
Statistică Статистика	F.02.O.09.62.	5	0,5	0,5	0,5	2														0,5	0,5	0,5	
Limba străină de afaceri (eng., fr., germ.) Иностранный деловой язык (англ., фр., нем.)	G.02.O.10.32.	2												0,5			0,5	0,5	0,5				

* Se va preda doar în grupele alolingve / Только для преподавания в русских группах

Denumirea unității de curs/modulului <i>Название предмета/ модуля</i>	Codul unității de curs/ modulului <i>Код предмета/ модуля</i>	Nr. ECTS <i>Каличество зач.един.</i>	Competențe / Компетенции																					
			Generale / <i>Общепрофессиональные</i> / Profesionale / <i>Профессиональные</i>																					
			CG1	CG2	CG4	CP1	CP2		CG3	CG5	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7		CP8		CP9	CP10				
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC / <i>Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC</i>																					
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
Comportamentul consumatorului <i>Поведение потребителей</i> ¹	S.02.O.11.12.	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	
Integrare Economică și Economie Europeană <i>Экономическая интеграция и европейская экономика</i>	U.02.A.12.31	3	0,5	0,5	0,5		0,5		1															
Economia Uniunii Europene și politici comunitare <i>Экономика ЕС и политика Сообщества</i>	U.02.A.12.31		0,5	0,5	0,5		0,5		1															
Drept instituțional al Uniunii Europene <i>Институциональное право Европейского Союза</i>	U.02.A.12.23		0,5	0,5	0,25	0,25			1						0,25	0,25								
Managementul timpului <i>Тайм-менеджмент</i>	U.02.A.12.11			0,4			0,4			0,6								0,4		0,4		0,4	0,4	
Econometrie <i>Эконометрия</i>	F.03.O.13.62.	5	0,5	0,5	0,5	2															0,5	0,5	0,5	
Management <i>Менеджмент</i>	F.03.O.14.11.	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	0,25
Tehnici de comunicare în limba străină (eng., fr., germ.) <i>Техники общения на иностранном языке (англ., фр., нем.)</i>	G.03.O.15.22.	2												0,5			0,5	0,5	0,5					
Logistica <i>Логистика</i> ²	S.03.O.16.12.	5	0,4	0,4	0,4	0,4				0,4					1	1					0,4	0,3	0,3	
Marketingul serviciilor <i>Маркетинг услуг</i>	S.03.O.17.12.	4					0,5	0,5		0,5			0,5	0,5			0,5				0,5		0,5	
Psihologie socială și economică	U.03.A.18. 22.	3			0,25	0,25	0,25	0,25									0,5		0,5		0,5		0,5	

¹ Se va preda în limba română pentru alolingvi/ Преподавание будет вестись на румынском языке для тех, кто не является носителем языка

² Se va preda în limba română pentru alolingvi/ Преподавание будет вестись на румынском языке для тех, кто не является носителем языка

Denumirea unității de curs/modulului <i>Название предмета/ модуля</i>	Codul unității de curs/ modulului <i>Код предмета/ модуля</i>	Nr. ECTS <i>Каличество зач.един.</i>	Competențe / Компетенции																				
			Generale / <i>Общепрофессиональные</i> / Profesionale / <i>Профессиональные</i>																				
			CG1 CG2		CG4 CP1		CP2		CG3 CG5 CP3				CP4	CP5	CP6	CP7		CP8		CP9		CP10	
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC / <i>Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC</i>																				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Социальная и экономическая психология																							
Sociologie <i>Социология</i>			1	1	1																		
Filosofie <i>Философия</i>			1	1	1																		
Politologie <i>Политология</i>			1	1	1																		
Bazele contabilității <i>Основы бухгалтерского учета</i>	F.04.O.19.51.	6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5				0,5			0,5	0,5					0,5	0,5	0,5
Finanțe <i>Финансы</i>	F.04.O.20.41.	5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5				0,5									0,5	0,5	0,5
Tehnologii digitale în marketing și logistică <i>Цифровые технологии в маркетинге и логистике</i>	S.04.O.21.12	5				0,5				0,5				0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,3	0,3	0,4
Practica de inițiere în specialitate <i>Вводная практика по специальности</i>	SP.04.O.22.12.	5	1	1	1																2		
Analiza economico – financiară <i>Экономический и финансовый анализ</i>	F.05.O.23.51	5				0,5				1											1	1	1,5
Logistica comercială și a transporturilor <i>Торговая и транспортная логистика</i>	S.05.O.24.12	4					0,7					0,7				0,7					0,7	0,7	0,5
Marketing internațional <i>Международный маркетинг¹</i>	S.05.O.25.12	5							0,8	0,6	0,6	0,6	0,6								0,6	0,6	0,6
Tehnici promoționale <i>Техники продвижения</i>	S.05.O.26.12	5								0,5		0,5					1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Cultura afacerilor <i>Деловая культура³</i>																	1	1	1	1			

³ Se va preda în limba română pentru alolingvi/ Преподавание будет вестись на румынском языке для тех, кто не является носителем языка

Denumirea unității de curs/modulului <i>Название предмета/ модуля</i>	Codul unității de curs/ modulului <i>Код предмета/ модуля</i>	Nr. ECTS <i>Количество зач.един.</i>	Competențe / Компетенции																				
			Generale / <i>Общепрофессиональные</i> / Profesionale / <i>Профессиональные</i>																				
			CG1	CG2	CG4	CP1	CP2		CG3	CG5	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7		CP8		CP9	CP10			
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC / <i>Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC</i>																				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Managementul riscurilor în afaceri <i>Управление рисками в бизнесе¹</i>	S.05.A.27.11	4	0,5	0,5	0,5		0,5		0,5												0,5	0,5	0,5
Logistica aprovizionării <i>Логистика снабжения¹</i>															2	2							
Trade Marketing <i>Трейд-маркетинг</i>	S.06.O.28.12	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
Cercetări de marketing <i>Маркетинговые исследования</i>	S.06.O.29.12	6	0,3	0,3	0,3	0,6	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
Proiect de an <i>Курсовой проект</i>	S.06.O.30.12	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	0,1
Practica de specialitate I <i>Практика по специальности I</i>	SP.06.O.31.12	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	0,4	0,2	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Depozitarea și gestiunea stocurilor de mărfuri <i>Складское хранение и управление товарными запасами⁴</i>	S.07.O.32.12.	2														0,4	0,4				0,4	0,4	0,4
Marketing online <i>Онлайн-маркетинг</i>	S.07.O.33.12	3															0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	
Ecomarketing și etica profesională <i>Экомаркетинг и профессиональная этика</i>	S.07.O.34.12	4							0,4	0,4	0,4	0,4	0,4		0,4	0,4					0,4	0,4	0,4
Practica de specialitate II <i>Практика по специальности II</i>	SP.07.O.35.12	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	0,4
Turism internațional <i>Международный туризм</i>	S.07.A.36.13	4	2	2																			
Merceologia și expertiza mărfurilor <i>Товароведение и экспертиза товаров</i>	S.07.A.36.13										2				2								
Fiscalitate	S.07.A.36.41		1	1					1			1											

⁴ Se va preda în limba română pentru a7olingvi/ Преподавание будет вестись на румынском языке для тех, кто не является носителем языка

Denumirea unității de curs/modulului <i>Название предмета/ модуля</i>	Codul unității de curs/ modulului <i>Код предмета/ модуля</i>	Nr. ECTS <i>Количество зач.един.</i>	Competențe / Компетенции																					
			Generale / Общепрофессиональные / Profesionale / Профессиональные																					
			CG1	CG2	CG4	CP1	CP2		CG3			CG5	CP3		CP4	CP5	CP6	CP7		CP8		CP9		CP10
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC / Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC																					
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
<i>Налогообложени</i>		2																						
Tehnici de comerț exterior <i>Техники внешней торговли</i>	S.07.A.36.31		0,5	0,5			0,5	0,5	0,5							0,5	0,5						0,5	
Management inovării <i>Менеджмент инноваций</i>	S.07.A.36.11		0,4	0,4	0,4		0,4	0,4	0,4						0,8								0,4	0,4
Tehnici de vânzări <i>Техники продаж</i>	S.08.O.37.12.	2															0,4	0,4			0,4	0,4	0,4	
Marketingul turistic <i>Туристический маркетинг</i>	S.08.A.38.12	4							0,5	0,5	0,5	0,5	0,5									0,5	0,5	0,5
Marketing social <i>Социальный маркетинг</i>							0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5									0,5		
Marketing inovativ <i>Инновационный маркетинг</i>			0,4	0,4	0,4		0,2	0,2							0,8				0,4	0,4	0,4			0,4
Practica de licență <i>Преддипломная практика</i>	SP.08.O.39.12	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	
Teza de licență <i>Дипломная работа</i>		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	0,4	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 Hotărârea Guvernului nr. 412/2024; Cadrul Național al Calificărilor din Republica Moldova, Hotărârea Guvernului nr. 330/2023; Regulamentul de organizare a studiilor superioare de licență (Ciclul I) și integrate, ordinul MECC nr. 1625/2019; Planul-cadru pentru studii superioare de licență, master și integrate, ordinul MEC nr. 510/2025; Regulamentul de organizare și desfășurare a învățământului la distanță și cu frecvență redusă în cadrul studiilor superioare de licență și de master, Hotărârea Guvernului nr. 164/2025; Standardul de calificare programul de studii 0414.1 Marketing și logistică, ordinul MEC nr. 138/2023.

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

Forma de organizare: învățământul cu frecvență redusă;

Durata studiilor: 4 ani;

Credite de studii: 180 credite ECTS, 1 credit ECTS – 30 ore.

Limba de studiu: română și rusă, iar acest program presupune: cunoașterea limbii ruse.

La studiile de licență la acest program se pot înscrie: deținătorii diplomelor de bacalaureat sau un act echivalent de studii; recunoscut de autoritatea competentă.

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 [PLAN-CADRU pentru studii superioare de licență, master și integrate](#), (p.20) 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, și Regulamentului cu privire la de organizare și desfășurare a învățământului la distanță și cu frecvență redusă în cadrul studiilor superioare de licență și de master, Hotărârea Guvernului nr. 660/2025 pentru absolvenții instituțiilor de învățământ profesional tehnic postsecundar și postsecundar nonterțiar care își continuă studiile în învățământul superior la ciclul I - licență în cadrul domeniului de formare profesională studiat anterior, pentru deținătorii diplomelor de studii profesionale (învățământ profesional tehnic postsecundar), din domeniul general de studii **Științe Economice**, doritori de a continua studiile la programul **0414.1 Marketing și logistică**, la învățământul cu frecvență redusă, li se pot recunoaște discipline și creditele aferente din Planul de învățământ, după cum este stipulat în tabelul de mai jos:

Disciplinele și creditele de studii recunoscute			
Denumirea unității de curs		Total ore	Nr. P.C.
1.	Microeconomie	150	5
2.	Macroeconomie	150	5
3.	Informatică economică	60	2
4.	Limba străină de afaceri (eng., fr., germ.)	60	2
5.	Dreptul afacerilor	120	4
6.	Comunicare și etică profesională	90	3
7.	Statistică	150	5
8.	Antreprenoriat	150	5
9.	Bazele contabilității	180	6

Disciplinele și creditele de studii recunoscute			
Denumirea unității de curs		Total ore	Nr. P.C.
10.	Comportamentul consumatorului	150	5
11.	Psihologie social și economică	90	3
	Sociologie		
	Filosofie		
	Politologie		
Total		1350 ore	Maxim 45 P.C.

Pentru acești studenți pot fi elaborate planuri individualizate.

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 ține cont de prevederile [Standardului de calificare în domeniul 0414 Marketing pentru Ciclu I Licență](#) din Republica Moldova, care a intrat în vigoare din luna februarie 2023 și care sunt corelate cu [Cadru 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 departament 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, implicat 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.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1. Описание образовательной программы.

Профиль специализации: Учебная программа 0414.1 «Маркетинг и логистика» относится к фундаментальной области науки, культуры и техники 04. «Социальные науки», общему направлению подготовки 041. Экономические науки, области профессиональной подготовки 0414. Маркетинг и реклама и соответствует Номенклатуре областей обучения и специальностей в высшем образовании, утвержденной Постановлением Правительства № 412/2024; Национальной рамочной системой квалификаций Республики Молдова, Постановлением Правительства № 330/2023; Положением об организации высшего образования по программам бакалавриата (I цикл) и интегрированного обучения, приказом МОКС № 1625/2019; Рамочный план для бакалаврского, магистерского и интегрированного высшего образования, приказ МОК № 510/2025; Положение об организации и проведении дистанционного и заочного обучения в рамках бакалаврского и магистерского высшего образования, Постановление Правительства № 164/2025; Стандарт квалификации учебной программы 0414.1 «Маркетинг и логистика», приказ МОН № 138/2023.

Ключевые характеристики учебной программы 0414.1 «Маркетинг и логистика»:

Форма обучения: заочное обучение;

Продолжительность обучения: 4 года;

Кредиты: 180 кредитов ECTS, 1 кредит ECTS – 30 часов.

Язык обучения: румынский и русский, при этом данная программа предполагает: знание русского языка.

На обучение по данной программе бакалавриата могут поступать: лица, имеющие аттестат о среднем образовании или эквивалентный документ об образовании, признанный компетентным органом.

Выпускники программы 0414.1 «Маркетинг и логистика» получают: диплом бакалавра, а присваиваемый им научный степень — бакалавр экономических наук.

Выпускники образовательной программы 0414.1 «Маркетинг и логистика» приобретут глубокие знания о роли маркетинговой функции на предприятиях и в организациях, овладеют специализированными навыками решения проблем в области маркетинговых исследований, разработки маркетинговой политики и инструментов, применения методов коммуникации и продвижения, планирования и проведения логистических операций и т.д.

В соответствии с Рамочным планом подготовки бакалавров, магистров и интегрированных образовательных программ высшего образования (п.20), утвержденным приказом МЭК № 510 от 07.04.2025 г., Положением об организации подготовки бакалавров (цикл I) и интегрированных образовательных программ высшего образования, утвержденным приказом № 1265 от 12.12.2019 г., для выпускников учреждений после среднего и после среднего не третичного технического профессионального образования, продолжающих обучение в высших учебных заведениях на цикле I - бакалавриат по ранее изученному направлению профессиональной подготовки, по общему направлению подготовки Экономические науки, желающих продолжить обучение по программе «Маркетинг и

логистика», в программе заочного обучения, могут быть признаны предметы и соответствующие кредиты из учебного плана, как указано в таблице ниже:

Признанные предметы и учебные кредиты			
Название предмета/ модуля		Общее количество часов	Количество зач.един.
1.	Микроэкономика	150	5
2.	Макроэкономика	150	5
3.	Экономическая информатика	60	2
4.	Иностранный деловой язык (англ., фр., нем.)	60	2
5.	Бизнес-право	120	4
6.	Коммуникация и профессиональная этика	90	3
7.	Статистика	150	5
8.	Предпринимательство	150	5
9.	Основы бухгалтерского учета	180	6
10.	Поведение потребителей	150	5
11.	Социальная и экономическая психология	90	3
	Социология		
	Философия		
	Политология		
Итого		1350 часов	Максим 45 З. Е.

Для таких студентов могут быть разработаны индивидуальные планы.

2. Цели образовательной программы, включая их соответствие миссии университета

В соответствии с миссией, принятой на себя Академии Экономических Знаний Молдовы "создавать новые знания и готовить высококвалифицированных специалистов в самых различных областях экономических наук, а также в смежных областях, способных участвовать в качестве предпринимателей и активной и продуктивной рабочей силы на конкурентном рынке и в качестве граждан в меняющемся демократическом обществе» и видением Академии Экономических Знаний Молдовы - «университет, устремленный в будущее - эталонный университет для региона Центральной и Восточной Европы, принимающий свое призвание и ценности, заявленные при его основании, а также волю к изменениям и адаптации к новым императивам времени", в соответствии с Уставом АСЕМ, Стратегией развития АСЕМ 2023-2028, Стратегией исследований АСЕМ, Стратегией интернационализации АСЕМ, Учебной программой АСЕМ 0414. 1 Маркетинг и логистика направлена на подготовку профессиональных и конкурентоспособных специалистов/исследователей в области экономических и административных наук, а также в других областях социальных и гуманитарных наук. Специалисты готовятся для осуществления маркетинговой деятельности на предприятиях, в организациях и государственных учреждениях, путем создания и реализации маркетинговых программ, направленных на достижение целей организаций; планирования и осуществления логистических операций.

Учебный план образовательной программы 0414. 1 «Маркетинг и логистика» соответствует рекомендациям Международной стандартной классификации образования (МСКО), разработанной ЮНЕСКО, Стандарты и руководства по обеспечению качества в Европейском пространстве высшего образования (ESG), 2015, путем реализации компонентов: временного, формирующего, накопительного и

оценочного, предусмотренных Рамочным планом подготовки бакалавров, магистров и интегрированного высшего образования, утвержденным приказом МЭПК № 510. от 07.04.2025, Положением об организации бакалавриата (I цикл) и интегрированного высшего образования, утвержденным приказом № 510 от 07.04.2019. Учебный план отвечает современным требованиям университетского образования, соответствует международным стандартам образования, по которым готовятся специалисты в области маркетинга и логистики, предоставляет возможность выпускникам напрямую выйти на рынок труда или продолжить обучение по магистерским программам.

3. Оценка ожиданий экономического и социального сектора

В процессе обновления учебного плана по программе 0414.1 «Маркетинг и логистика» учитываются положения Стандарта квалификаций в области 0414 «Маркетинг» для цикла «Лиценциат» в Республике Молдова, который вступил в силу в феврале 2023 года и согласован с Европейской рамкой квалификаций. Одновременно мы постоянно принимаем во внимание информацию и оценки работодателей, полученные по итогам прохождения студентами производственной и лицензиатской практики (включая анкетирование, анализ должностных инструкций сотрудников в данной области), а также посредством анализа отчетов лицензиатских комиссий и прямого контакта с работодателями, которые ежегодно приглашаются для проведения практических занятий с представлением кейсов, актуальных для области маркетинга и логистики. Дополнительно мы консультируемся с работодателями относительно их потребностей в ходе ярмарок практики/вакансий, а также посредством анкетирования, проводимого на институциональном и кафедральном уровнях. Многие работодатели приглашаются для участия в ежегодных практико-научных семинарах, организуемых департаментом «Маркетинг и логистика», по результатам которых мы можем оценить тенденции в данной профессиональной области и внести соответствующие корректировки как в учебный план, так и в содержание учебных дисциплин.

4. Консультации с партнерами в процессе разработки образовательной программы

В процессе разработки учебного плана для программы 0414.1 «Маркетинг и логистика» были проведены: анализ нормативно-правовых документов, касающихся образовательных процессов в высшем образовании; предварительный анализ конкретных потребностей, выраженных клиентами, бенефициарами и партнерами (научный и преподавательский состав, выпускники, студенты и заинтересованные компании или организации), такими как Ассоциация рекламных агентств, Moldtelecom S.A., MAIB S.A., В контексте вышеизложенного были проанализированы последние направления развития в области обучения; проведен сравнительный анализ учебных программ на основе моделей престижных университетов в стране и за рубежом; проанализированы текущие конкретные методики обучения в данной области; проведен анализ и предварительная оценка предложений, поступающих от внешних специалистов/студентов; проведен анализ несоответствий, выявленных в течение предыдущих учебных лет.

5. Актуальность образовательной программы для рынка труда

Актуальность данной образовательной программы вытекает из целей, установленных в КОНЦЕПЦИИ Стратегии развития образования на 2021–2030 годы «Образование–2030», Национальной стратегии развития «Молдова 2030», а также в институциональных стратегиях: Стратегии развития ASEM и Стратегии интернационализации ASEM, которые подчеркивают необходимость квалифицированной рабочей силы с высшим образованием уровня лиценциата в области 0414.1 «Маркетинг и логистика».

Постоянные изменения в деловой среде, включая влияние технологизации / цифровизации и кризисов в различных сферах, диктуют экономическим агентам новые правила игры и новые методы взаимодействия с клиентами. Таким образом, на рынке труда наблюдается рост спроса на специалистов в области маркетинга, логистики, в том числе маркетинговых коммуникаций и клиентского сервиса.

Изменение потребительских ценностей, удобство дистанционной доставки, международная конкуренция и другие факторы способствовали появлению новых методов продаж, отдалённой коммуникации с клиентами, доставки продукции, предоставления услуг, осуществления платежей и транспортировки в условиях безопасности. В этой связи особенно важной становится оценка уровня удовлетворенности клиентов, а также совершенствование и оптимизация маркетинговых и логистических процессов в компаниях и организациях.

Новый учебный план по программе 0414.1 «Маркетинг и логистика» включает дисциплины, способствующие формированию актуальных на рынке труда компетенций и навыков как на национальном, так и на международном уровне.

В данном контексте выделяются следующие ключевые направления для развития и модернизации высшего образования:

- *повышение уровня участия в высшем образовании в стратегически важных для социально-экономического развития страны областях, что способствует укреплению квалифицированного человеческого капитала;*
- *модернизация университетского учебного плана через компетентностный подход, адаптированный к требованиям современной экономики и ориентированный на реальные потребности рынка труда;*
- *развитие цифровых компетенций посредством интеграции и применения цифрового образовательного контента в учебный процесс, что способствует подготовке студентов к вызовам цифровой экономики;*
- *укрепление системы карьерного консультирования, поддерживающей студентов в профессиональной ориентации и построении их профессионального пути на протяжении всей жизни;*
- *продвижение научных исследований как основного инструмента углубленной профессиональной подготовки, способствующего повышению качества и эффективности высшего образования;*
- *развитие образовательных партнёрств, способствующих сотрудничеству между высшими учебными заведениями, экономической средой и социальными партнёрами с целью эффективной и актуальной подготовки кадров для рынка труда.*

6. Возможности трудоустройства выпускников

Выпускники учебной программы 0414.1 «Маркетинг и логистика» могут реализовать свой потенциал благодаря компетенциям и навыкам, полученным в процессе обучения, на всех уровнях развития молдавской экономики.

Согласно Классификатору профессий Республики Молдова (006-2021), выпускники данной программы могут работать в качестве:

- 243102 Аналитик маркетинговых исследований
- 243103 Менеджер по брендовым продуктам
- 243104 Рекламный копирайтер
- 243105 Менеджер по рекламе и маркетингу
- 243106 Мерчендайзер
- 243107 Медиапланер
- 243108 Менеджер по социальным медиа
- 243109 Специалист по закупкам
- 243110 Специалист по маркетингу (маркетолог)
- 243111 Специалист по ценообразованию
- 243112 Специалист по рекламе
- 243113 Специалист по сетевому маркетингу
- 243114 Телемаркетолог
- 243206 Организатор выставок и ярмарок
- 243207 Ведущие выставки

243209 Specialist по лоббированию
243211 Specialist по связям с общественностью
243302 Менеджер по продажам
243305 Specialist по коммерческим операциям
243306 Specialist по послепродажному обслуживанию
243306 Specialist по послепродажному обслуживанию
332301 Администратор по закупкам
333102 Координатор по доставке и логистике

Согласно классификатору ESCO 08, выпускники могут быть трудоустроены в качестве:
2421 — Аналитики по вопросам управления и организации.

7. Доступ к обучению обладателей дипломов, полученных после завершения соответствующей образовательной программы

Компетенции, навыки и знания, приобретенные в ходе обучения по программе бакалавриата (цикл I/уровень МСКО 6), могут быть углублены путем продолжения обучения по программам магистратуры (уровень МСКО 7) в области экономики, программам магистратуры в других областях обучения после накопления минимального учебного плана и с учетом положений ст. 90 (б) Кодекса об образовании Республики Молдова №152 от 17.07.2014 (накопление не менее 300 учебных кредитов в течение первого и второго циклов), а также программы непрерывного обучения в течение всей жизни, обеспечивающие непрерывное образование и профессиональное развитие выпускников в соответствии с потребностями общества, проявляющимися на рынке труда.

8. Список компетенций и результатов обучения, соответствующих образовательной программе

Концепция развития специалиста по учебной программе 0414.1 «Маркетинг и логистика» заключается в подготовке/развитии трансверсальных, общих и специфических профессиональных компетенций, необходимых для профессиональной деятельности экономиста.

В соответствии с квалификационным стандартом учебной программы 0414.1 «Маркетинг и логистика», они обладают:

ТРАНСВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (ТК)	ТК 1. Личное и профессиональное развитие ТК 2. Тайм-менеджмент ТК 3. Самостоятельность и ответственность ТК 4. Сотрудничество и работа в команде ТК 5. Ловкость (Agile) ТК 6. Эффективная коммуникация ТК 7. Цифровые компетенции
ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (отраслевые/межотраслевые) (ОПК)	ОПК1. Использование фундаментальных знаний экономической теории в области деятельности ОПК2. Применение принципов, теорий, методов и инструментов, необходимых для анализа и осуществления экономической деятельности ОПК3. Сбор, обработка, анализ и интерпретация данных, применение показателей, стратегий и политики, соответствующих сфере деятельности ОПК4. Использование программного обеспечения и систем для расчета и оперирования данными, специфичными для сферы деятельности ОПК5. Организация деятельности в соответствии с правовыми рамками, характерными для данной сферы деятельности

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (ПК)	ПК1.Проведение маркетинговых исследований ПК2.Разработка и реализация программ и проектов по ориентации на рынок ПК3.Проведение маркетинговой политики предприятия ПК4.Использование творческого потенциала при решении профессиональных задач ПК5.Осуществление закупочной деятельности ПК6.Осуществление логистической деятельности ПК7.Реализация маркетинговой коммуникационной политики ПК8.Разработка рекламного контента ПК9.Мониторинг показателей эффективности маркетинга и логистики ПК10.Оценка эффективности в маркетинге и логистике
---	---

Список результатов обучения:

По завершении обучения студент сможет:

1. решать профессиональные задачи в различных контекстах, применяя принципы, нормы и основные ценности экономической науки;
2. оценивать внутренние и внешние факторы среды и их влияние на функционирование организации/отрасли/национальной экономики, принимая превентивные меры для минимизации рисков;
3. анализировать микро- и макроэкономические процессы, подбирая исследовательские инструменты в зависимости от цели и объекта исследования, используя цифровые технологии;
4. проводить маркетинговые исследования на основе релевантных источников и информационных целей с целью интерпретации и прогнозирования текущих и будущих рыночных тенденций, используя цифровые технологии;
5. разрабатывать программы и проекты, ориентированные на рынок, способствуя удовлетворению потребностей потребителей;
6. адаптировать операционную деятельность в соответствии с интересами потребителей/целевой аудитории, обеспечивая реализацию рыночных проектов;
7. применять положения нормативно-правовой базы, обеспечивающей эффективное функционирование субъектов, соблюдая в том числе этический кодекс маркетолога на национальном и международном уровнях;
8. разрабатывать план деятельности в области маркетинга, устанавливая цели, ответственности, затраты, риски;
9. применять инструменты разработки продуктовой политики;
10. оценивать ценовую эластичность спроса, предлагать программы стимулирования продаж и контролировать процесс распределения продукции: транспортировка, складирование, хранение, приемка;
11. применять инструменты и методы продвижения, используемые в компании/организации;
12. использовать креативные техники для поиска решений в области маркетинга, в том числе с применением коммуникативных и командных навыков, а также специализированного программного обеспечения;
13. идентифицировать инструменты / способы реализации стратегий, политик, планов закупок с применением комплексных информационных систем;
14. выявлять инструменты / способы мониторинга и корректировки стратегий, политик и планов хранения и распределения, используя информационные системы;
15. разрабатывать коммуникационные стратегии в соответствии с установленными целями, в том числе на основе данных с веб-платформ, способствуя повышению узнаваемости и видимости компаний и брендов;

16. *определять инструменты / способы реализации и координации маркетинговых коммуникационных кампаний, используя аналитические отчеты и специализированное ПО;*
17. *разрабатывать рекламный контент и определять критерии его валидации;*
18. *разрабатывать медиапланы, основываясь на рейтингах, сформированных профильным программным обеспечением;*
19. *определять и анализировать показатели эффективности, по которым можно оценить маркетинг и логистику;*
20. *прогнозировать показатели эффективности в контексте стратегического маркетингового планирования;*
21. *оценивать результаты маркетинговой и логистической деятельности с целью повышения эффективности и конкурентоспособности предприятия/организации, включая использование цифровых инструментов сбора первичных данных и отчетности.*