

MINISTERUL EDUCAȚIEI, CULTURII ȘI
CERCETĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA
MINISTRY OF EDUCATION, CULTURE AND
RESEARCH OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA

COORDONAT: _____

Coordinated: _____

„02”

aprilie

2019

Nr. de înregistrare 531-06-18465

Registration nr. _____



UNIVERSITATEA DE STAT DIN
MOLDOVA
MOLDOVA STATE UNIVERSITY

APROBAT: _____

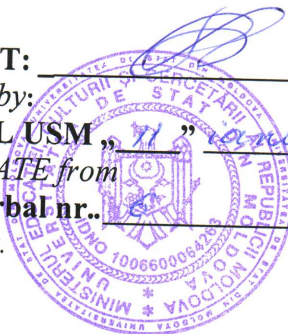
Approved by: _____

SENATUL USM „71”

MSU SENATE from _____

Proces verbal nr. _____

Minutes nr. _____



Facultatea Științe Economice
The Faculty of Economic Sciences

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
PROGRAMME OF STUDY

Nivelul calificării conform ISCED – 6

Level of Classification according to ISCED – 6

Domeniul general de studiu – 041 Științe economice

General Field of study – 041 Economic sciences

Domeniul de formare profesională – 0414 Marketing

Professional Training Field – 0414 Marketing

Specialitatea – 0414.1 Marketing și logistică

Specialty – 0414.1 Marketing and logistics

Numărul total de credite de studiu – 180

Total Number of Credits – 180

Titlul obținut – Licențiat în Științe economice

Conferred Title – Bachelor of Economics

Baza admiterii – diplomă de bacalaureat, diploma de studii profesionale sau un act echivalent de studii

Admission Based on – Baccalaureate (High School) Diploma, Diploma in Professional Studies or another equivalent document of studies

Limba de instruire – româna, rusă, engleză

Language of Instruction – Romanian, Russian, English

Forma de organizare a învățământului – cu frecvență

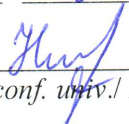
Mode of Study – full time

CHIȘINĂU, 2019/ CHISINĂU, 2019

Responsabil de program/Responsible for the program

Departamentul Economie, Marketing și Turism
Economy, Marketing and Tourism Department

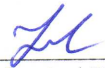
„20” decembrie 2018

 Șef/Head, M. Hămuraru
dr., conf. univ./ PHD, Associate professor

Aprobat/Approved:

Consiliul Facultății Științe Economice
Economic Sciences Faculty Council

„20” decembrie 2018

 Decan/Dean, G. Ulian,
dr. hab, prof.univ./ Dr. Habil, Univ. professor



Calendarul universitar/ Academic Calendar

Anul de studii <i>Academic Year</i>	Activități didactice <i>Didactic Activities</i>		Sesiuni de examene <i>Exams</i>		Stagii de practică <i>Internship</i>	Vacanțe <i>Vacations</i>		
	Sem.I <i>First Semester</i>	Sem.II <i>Second Semester</i>	Sem.I <i>First Semester</i>	Sem.II <i>Second Semester</i>		Iarnă <i>Winter</i>	Primăvară <i>Spring</i>	Vară <i>Summer</i>
Anul I <i>2019-2020</i>	02.09-14.12 2019 (15 săptămâni)	27.01-16.05 2020 (15 săptămâni)	16.12-23.12 2019 13.01-25.01 2020 (4 săptămâni)	18.05-14.06 2020 (3 săptămâni)		24.12.2019- 12.01.2020 (2 săptămâni)	20.04-27.04 2020 Paște (1 săptămână)	29.06-31.08 2020 (10 săptămâni)
Anul II <i>2020-2021</i>	01.09-12.12 2020 (15 săptămâni)	25.01-24.04 2021 (13 săptămâni)	14.12-23.12 2020 11.01-23.01 2021 (4 săptămâni)	26.04-30.04 2021 11.05-22.05 2021 (3 săptămâni)	28.09- 07.12.2020 Practica de inițiere în specialitate 24.05- 19.06.2021 Practica de specialitate I (4 săptămâni)	24.12-10.01 2021 (2 săptămâni)	03.05-10.05 2021 Paște (1 săptămână)	28.06-31.08 2021 (10 săptămâni)
Anul III <i>2021-2022</i>	01.09-14.12 2021 (15 săptămâni)	10.01-25.02 2022 (7 săptămâni)	15.12-31.12 2021 (2 săptămâni)	28.02-11.03 2022 (2 săptămâni)	14.03- 22.04.2022 Practica de specialitate II (6 săptămâni) 03.05- 30.05.2022 Practica de cercetare (4 săptămâni)	01.01-10.01 2022 (1 săptămână)	25.04-02.05 2022 Paște (1 săptămână)	

CONȚINUTUL PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT
CONTENTS OF STUDY PLAN

Cod/ Code	Modulul / disciplina Module/Course	Total ore Total number of hours	Inclusiv/ Including		Numărul de ore pe săptămână/ Number of hours per week			Forma de evaluare/ Examination form	Număr de credite/ Number of Credits
			Contact direct/ Direct Contact	Lucru individual/ Individual Work	Curs/Course	Seminare/ Seminar	Laborator/ Laboratory		
ANUL I First year									
SEMESTRUL I 1 st Semester									
F.01.O.0.01	Matematica economică Economic mathematics	180	75	105	2	3		ex	6
F.01.O.0.02	Teorie economică I Economic theory I	180	75	105	2	3		ex	6
F.01.O.0.03	Monedă și credit Currency and credit	120	60	60	2	2		ex	4
F.01.O.0.04	Bazele contabilității Accounting bases	150	90	60	2	4		ex	5

F.01.O.0.05	Dreptul afacerilor <i>Business law</i>	150	60	90	2	2		ex	5
G.01.O.0.06	Tehnologii informaționale de comunicare <i>Information technologies of communication</i>	120	60	60	2		2	ex	4
G.01.O.0.07	Educație fizică <i>Physical Education</i>	30	30	0		2		col.	
TOTAL SEM. I <i>Total 1st Semester</i>		930	480	450	12	16	2		30
SEMESTER II <i>2nd Semester</i>									
F.02.O.0.08	Statistica Economică <i>Economic statistic</i>	150	60	90	2	2		ex	5
F.02.O.0.09	Teorie economică II <i>Economic theory II</i>	180	75	105	2	3		ex	6
F.02.O.0.10	Management <i>Management</i>	150	75	75	2	3		ex	5
F.02.O.0.11	Bazele marketingului <i>Bases of marketing</i>	150	90	60	2	4		ex	5
G.02.O.0.12	Limba străină de afaceri* <i>Foreign business language *</i>	120	60	60			4	ex	4
U.02.A.0.13	Filozofie <i>Philosophy</i>	150	60	90	2	2		ex	5
U.02.A.0.14	Politologie <i>Politology</i>								
U.02.A.0.15	Sociologie <i>Sociology</i>								
U.02.A.0.16	Instituțiile juridico-statale din Republica Moldova <i>Legal-State Institutions of the Republic of Moldova</i>								
G.02.O.0.17	Educație fizică <i>Physical Education</i>	30	30			2		col	
Total Sem. II <i>Total 2nd Semester</i>		930	450	480	10	16	4		30
Total Anul I <i>TOTAL 1ST YEAR</i>		1860	900	960	22	32	6		60
Anul II/ Second Year									
Semestrul III/3rd Semester									
F.03.O.0.18	Finanțe <i>Finance</i>	150	75	75	2	3		ex	5
F.03.O.0.19	Economia întreprinderii <i>Economy of enterprises</i>	150	75	75	2	3		ex	5
S.03.O.0.20	Marketing strategic <i>Strategic Marketing</i>	150	60	90	2	2		ex	5
F.03.O.0.21	Logistica <i>Logistics</i>	150	90	60	2	4		ex	5
S.03.O.0.22	Comportamentul consumatorilor <i>Consumer behavior</i>	120	60	60	2	2		ex	4
U.03.A.0.23	Psihologie <i>Psychology</i>	120	60	60	2	2		ex	4
U.03.A.0.24	Istoria culturii și civilizației <i>History of culture and civilization</i>								
U.03.A.0.25	Integrare europeană <i>European Integration</i>								
U.03.A.0.26	Cultura comunicării interpersonale și organizaționale <i>The culture of interpersonal and organizational communication</i>								
	Practica de inițiere în specialitate	60		60				ex	2

	Practice of initiation in specialty								
Total Sem. III/ Total 3rd Semester		900	420	480	12	16			30
Semestrul IV/ 4th Semester									
S.04.O.0.27	Analiza activității economico financiare <i>Analysis of economic and financial activity</i>	120	52	68	2	2		ex	4
S.04.O.0.28	Logistica stocurilor <i>Stock logistics</i>	150	65	85	2	3		ex	5
S.04.O.0.29	Marketingul serviciilor <i>Marketing of services</i>	150	78	72	2	4		ex	5
S.04.A.0.30	Economia Europeană și integrarea economică <i>European economy and economic integration</i>	120	52	68	2	2		ex	4
S.04.A.0.31	Comerț electronic <i>E-commerce</i>								
S.04.A.0.32	Marketing industrial <i>Industrial Marketing</i>	120	52	68	2	2		ex	4
S.04.A.0.33	Agromarketing <i>Agromarketing</i>								
S.04.A.0.34	Merchandising și forța de vânzare <i>Merchandising and sales force</i>	120	65	55	2	3		ex	4
S.04.A.0.35	Marketingul IMM <i>SME Marketing</i>								
	Practica de specialitate I <i>Specialty practice I</i>	120		120				ex	4
Total Sem. IV Total 4th Semester		900	364	536	12	16			30
Total Anul II TOTAL 2nd YEAR		1800	784	1016	24	32			60
Anul III									
Semestrul V/5th Semester									
S.05.A.0.36	Achiziții <i>Acquisitions</i>	150	60	90	2	2		ex	5
S.05.A.0.37	Publicitate <i>Advertising</i>								
S.05.A.0.38	Cercetări de marketing <i>Marketing researches</i>	150	75	75	2	3		ex	5
S.05.A.0.39	Relații publice <i>Public Relations</i>								
S.05.O.0.40	Managementul serviciilor de marketing <i>Management of marketing services</i>	150	90	60	2	4		ex	5
S.05.O.0.41	Logistica comerțului exterior <i>Logistics of foreign commerce</i>	150	60	90	2	2		ex	5
S.05.A.0.42	Comunicare și tehnici promoționale <i>Communication and promotional techniques</i>	150	60	90	2	2		ex	5
S.05.A.0.43	Marketing social-politic <i>Social-political marketing</i>								
S.05.A.0.44	Negocieri de afaceri în marketing <i>Business negotiations in marketing</i>	150	75	75	2	3		ex	5
S.05.A.0.45	Logistica transportului <i>Transport logistics</i>								
Total Sem. V Total 5th Semester		900	420	480	12	16			30

Semestrul VI/ 6 th Semester									
S.06.O.0.46	Marketing inovațional <i>Innovative marketing</i>	120	56	64	4	4		ex	4
S.06.A.0.47	Leadership și managementul resurselor umane <i>Leadership and Human Resource Management</i>	120	70	50	4	6		ex	4
S.06.A.0.48	Planuri strategice de marketing <i>Strategic Marketing Plans</i>								
S.06.A.0.49	Strategii și metode de preț <i>Strategies and price methods</i>	90	42	48	3	3		ex	3
S.06.A.0.50	Marketing direct <i>Direct marketing</i>								
G.06.O.0.51	Etica profesională <i>Professional ethics</i>	60	28	32	2	2		ex	2
	Practica de specialitate II <i>Specialty practice II</i>	180		180				ex	6
	Practica de cercetare <i>Research practice</i>	180		180				ev	6
	Examen de licență <i>Bachelor exam</i>	150		150				ex	5
Total Sem. VI <i>Total 6th Semester</i>		900	196	704	13	15			30
Total Anul III <i>Total 3rd YEAR</i>		1800	616	1184	25	31			60
TOTAL <i>TOTAL</i>		5460	2300	3160	72	94	6		180

*Nota: limba engleză/franceză

*Note: english language/french

LIMBA ROMÂNĂ PENTRU ALOLINGVI
ROMANIAN LANGUAGE FOR THE SPEAKERS OF OTHER LANGUAGES

Cod/ Code/	Modulul / disciplina <i>Module/ Cours</i>	Total ore <i>Total hours</i>	Inclusiv/ <i>Inclusively</i>		Numărul de ore pe săptămână/ <i>Number of hours per week</i>			Forma de evaluare/ <i>Evaluation form</i>	Număr de credite/ <i>Number of Credits</i>
			Contact direct/ <i>Direct Contact</i>	Lucru individual/ <i>Individual Work</i>	Curs/ <i>Lecture</i>	Seminar/ <i>Seminar</i>	Laborator/ <i>Laboratory Work</i>		
G.01.O.0.52	Limba română de comunicare <i>Communicational Romanian language</i>	120	60	60	0	4	0	ex.	4
G.02.O.0.53	Limba română de comunicare <i>Communicational Romanian language</i>	120	60	60	0	4	0	ex.	4
TOTAL <i>Total</i>		240	120	120					8

STAGIILE DE PRACTICĂ
THE INTERNSHIPS

Nr. d/o	Stagiile de practică <i>The internships</i>	Sem. /Semester	Săptămân i <i>Weeks</i>	Ore <i>Hours</i>	Perioada <i>Period</i>	Număr de credite <i>Number of credits</i>
1	Practica de inițiere în specialitate <i>Internship of initiation in specialty</i>	III	2	60	Pe parcursul semestrului/ <i>During the semester</i>	2
2	Practica de specialitate I <i>Internship in specialty I</i>	IV	4	120	Mai, Iunie <i>May, June</i>	4
3	Practica de specialitate II <i>Internship in specialty II</i>	VI	6	180	martie, aprilie <i>March/April</i>	6
4	Practica de cercetare <i>Research internship</i>	VI	4	180	Mai <i>May</i>	6
Total				540		18

DISCIPLINE LA LIBERA ALEGERE
COURSES OF FREE CHOICE

Nb	Denumirea disciplinei <i>Course title</i>	Total ore <i>Total hrs</i>	Anul <i>Year</i>	Sem. Sem.	Ore/săptămână <i>Hours/Week</i>			Evaluarea <i>Evaluation</i>	Credite <i>Credits</i>
					C	S	L		
1	Limbi străine pentru afaceri (limba engleză, franceză, germană) <i>Foreign languages for Business (English, French, German)</i>	120	1-3	1,2,3,4,5		2		exam	4
2	Tehnici de comunicare <i>Communication techniques</i>	120	1	I		4		exam	4
3	Servicii publice <i>Public services</i>	120	2	III	2	2		exam	4
4	Calitatea și merceologia mărfurilor <i>Merchandise quality and merceology</i>	120	2	IV	2	2		exam	4
5	Logistica serviciilor <i>Logistics of services</i>	120	3	V	2	2		exam	4

FORMA DE EVALUARE FINALA A PROGRAMULUI DE STUDII
FINAL EVALUATION OF THE STUDY PROGRAM

Nr. d/o		Perioada <i>Period</i>	Număr de credite/ <i>Number of Credits</i>
1.	Examen de licență la Marketing și logistică <i>Graduate exam on Marketing and Logistics</i>	Iunie <i>June</i>	2
2.	Teza de licență <i>License Thesis</i>	Iunie <i>June</i>	3

MINIM CURRICULAR/ PRERECHIZIT PENTRU PROGRAMUL DE MASTER
THE CURRICULUM MINIMUM/ PRECAPACITIES FOR MASTER PROGRAM

Cod/ Code	Modulul / disciplina Module/ Cours	Total ore Total hours	Inclusiv/ Inclusively		Numărul de ore pe săptămână/ Number of hours per week			Forma de evaluare/ Evaluation Form	Număr de credite/ Number of Credits
			Contact direct/ Direct Contact	Lucru individual/ Individual Work	Curs/ Lecture	Seminar/ Seminar	Laborator/ Laboratory Work		
F.01.O.0.02	Teorie economică <i>Economic Theory</i>	180	75	105	2	3		ex	6
F.01.O.0.03	Monedă și credit <i>Money and Credit</i>	120	60	60	2	2		ex	4
F.01.O.0.04	Bazele contabilității <i>Basics in Accounting</i>	150	90	60	2	4		ex	5
F.02.O.0.10	Management <i>Management</i>	150	75	75	2	3		ex	5
F.02.O.0.11	Bazele marketingului <i>Bases of marketing</i>	150	90	60	2	4		ex	5
F.03.O.0.17	Finanțe <i>Finance</i>	150	75	75	2	3		ex	5
Total Total		900	465	435	12	19			30

NOTĂ EXPLICATIVĂ

Profilul specialității. Programul de studii „Marketing și Logistică” se încadrează în domeniul general 041. Științe Economice. Programul de studiu este organizat în conformitate cu Codul Educației al RM și în conformitate cu Planul-cadru pentru studii superioare (ciclul I - Licență, Ciclul II – Master, studii integrate, Ciclul III - Doctorat), aprobat prin ordinul Ministerului Educației nr. 1054 din 29 octombrie 2015.

Conceptia formării specialistului. Scopul programului de licență constă în formarea competențelor profesionale viitorilor specialiști în vederea inserției pe piața muncii în economia națională. De asemenea, de a oferi absolvenților cunoștințe bazate pe practica și înțelegerea marketingului și proceselor de logistică, precum și pentru a califica absolventul în analiza, evaluarea și reflectarea asupra problemelor legate de aceste domenii; de a gestiona sarcini complexe în ceea ce privește relațiile cu clienții și comunicarea de marketing.

Caracteristica esențială a programului de licență, constă în disponibilitatea programului de perfecționare a standardelor de elaborare a curriculum-urilor și a noilor metode de predare – învățare centrate pe student: lucru în echipă, proiecte, co-predare cu profesori din universitățile partenere.

Angajabilitate. În conformitate cu Clasificatorul ocupațiilor din Republica Moldova, absolvenții acestui program pot activa în calitate de: Manager (în serviciile de marketing și vânzare), Șef secție (marketing și vânzare), Expert economist în comerț și marketing, Șef birou marketing, Șef serviciu marketing, Specialist marketing, Consultant în telemarketing, Operator de telemarketing, Director departament marketing, leasing și cotare, Marketer, Documentarist ordonanțare logistică, Logistician gestiune flux, Merchandiser, Asistent comercial, Analist servicii client, Brand manager, Specialist relații publice, Agent de vânzări ș.a.

Formare ulterioară. Absolvenții își pot continua studiile la ciclul II de studii superioare – Master și III - Doctorat. În acest context, respectivul program de formare profesională are drept obiectiv major să formeze personalități integre și competente profesional, pentru a face față cerințelor actuale și de perspectivă a pieței forței de muncă locale și internaționale.

Abordări pedagogice. În cadrul procesului de predare-evaluare se utilizează preponderent metodele interactive: problematizarea, învățarea prin rezolvarea de probleme, situație –problemă, studiu de caz, metode de tip euristic prin care studentul este stimulat să găsească soluții prin rezultatul propriei activități de învățare dar și metode tradiționale ca expunerea, descrierea, explicarea fenomenelor și proceselor economice, reprezentările grafice, schema corelației în cazul studierii anumitor structuri și a relațiilor dintre ele, comparația, etc. Scopul utilizării acestor metode este declanșarea activității independente a studentului și stimularea procesului de inițiere a unor cercetări a problemelor aferente activității de marketing.

Competențe-cheie dezvoltate în program. Competențele generale și specifice au fost corelate cu Cadrul Național al Calificărilor: cunoștințe de bază în domeniu; capacitate de analiză și sinteză; capacitate de a învăța; capacitate de comunicare (inclusiv utilizând o limbă străină); spirit de inițiativă; capacitate de muncă în echipă; creativitate; capacitatea de operare cu tehnologii informaționale; capacitate de adaptare la culturile și obiceiurile altor popoare, dar și prin cercetările cantitative efectuate de Departamentul ”Economie, Marketing și Turism” sub formă de Anchetă de identificare a nevoilor/ necesităților de

formare în domeniul "Marketing și logistică" fiind intervievați reprezentanții pieței muncii, studenții de la programul de licență cât și profesorii antrenați în predarea disciplinelor de specialitate din domeniu.

La finalizarea programului de formare absolventul va deține următoarele **competențe**:

- C1 Cunoașterea conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură economico-socială în entitățile private și publice;*
- C2 Culegerea, analiza și interpretarea de date și informații referitoare la problemele pieței;*
- C3 Elaborarea, realizarea și evaluarea proiectelor în marketing și logistică;*
- C4 Execuția de operațiuni și tehnici de comunicare eficiente privind creșterea vânzărilor;*
- C5 Organizarea și desfășurarea activităților de marketing și logistică în entitățile private și publice relevante cerințelor pieței;*
- C6 Respectarea normelor etice și deontologice în activitatea de marketing și logistică.*

Finalitățile de studiu preconizate rezidă în formarea calitativă a specialiștilor cu studii de licență pentru economia națională și competitivă pe piața muncii. La absolvirea studiilor studentul va fi competent: 1. Să demonstreze abilități cognitive (cunoaștere, înțelegere, aplicare, analiză, sinteză, evaluare) în următoarele domenii: Matematica economică, Teorie economică I, Monedă și credit, Bazele contabilității, Dreptul afacerilor, Statistica Economică, Teorie economică II, Management, Bazele marketingului, Finanțe, Economia întreprinderii, Logistica, Comportamentul consumatorilor, Analiza activității economico-financiare etc. 2. Să demonstreze abilități de inițiere a afacerilor în domeniile activității de marketing; 3. Să asigure desfășurarea activităților în conformitate cu cadrul normativ național și internațional; 4. Să adopte decizii optime, rentabile și eficiente în condiții de certitudine, incertitudine, risc; 5. Să comunice eficient folosind terminologia specifică domeniului în limba română și o limbă străină; 6. Să elaboreze și să coordoneze realizarea proiectelor din domeniul marketingului, aprovizionărilor, vânzărilor; 7. Să propună soluții la diverse probleme din domeniul marketingului, aprovizionărilor, vânzărilor etc.

Gradul de noutate și relevanța prezentului program rezidă în faptul că activitatea de marketing ajută organizațiile în crearea de valoare prin bună înțelegere a nevoilor clienților săi și oferindu-le produse și servicii inovatoare. În contextul intensificării concurenței globale, entitățile economice au nevoie de: strategii de marketing, comunicare cu publicul, furnizare și schimb de valori, menținerea și dezvoltarea relațiilor cu clienții, satisfacerea nevoilor consumatorilor, cercetarea pieței, crearea rețelelor de distribuție, organizarea logisticii mărfurilor și a transportului.

Coresponderea obiectivelor programului strategiei instituționale de dezvoltare. Obiectivele principale ale programului de licență sunt: evaluarea problemelor contemporane referitoare la oferirea posibilității dezvoltării personale, intelectuale și profesionale a studenților, pentru activități ce țin de marketing la general, identificarea tendințelor, caracteristicilor și tehnicilor de marketing în particular, utilizarea metodelor și tehnicilor de analiză a pieței de desfacere, oferirea cunoștințelor tehnice și mijloacelor necesare dezvoltării și elaborării proiectelor de marketing în scopul maximizării performanței activității organizațiilor, analiza, evaluarea și oferirea de soluții pentru probleme complexe în domeniu, etc. aceste obiective sunt desprinse din necesitatea de formare în domeniul "Marketing și logistică" cât și corelate cu:

- Planul Strategic al Universității de Stat din Moldova pentru perioada 2016-2020, prin obiectivele strategice: Dezvoltarea și consolidarea calității ofertei educaționale; Intensificarea și creșterea calității activităților de colaborare universitară internațională; Creșterea gradului de internaționalizare a activităților academice;

- Strategia de cercetare și inovare la Universitatea de Stat din Moldova pentru perioada 2015 – 2020, prin obiectivele: Afilierea Universității la un sistem integrat de informare privind strategiile de cercetare științifică și competițiile naționale și internaționale lansate pentru obținerea proiectelor; Pregătirea cadrelor științifice și științifico-didactice de calificare înaltă prin intermediul studiilor de doctorat și postdoctorat;

- Plan strategic instituțional de internaționalizare pentru anii 2018-2020, prin obiectivele: Intensificarea și creșterea calității activităților de colaborare universitară internațională; Creșterea gradului de internaționalizare.

Consultarea partenerilor și coordonarea procesului de elaborare a programului conform standardelor de asigurare a calității. În vederea realizării unor studii calitative și relevante în mediul real au fost realizate o serie de activități prin rezultatul cărora sunt reflectate necesitățile și tendințele de pe piața muncii în domeniul "Marketing și logistică". La nivel de Departament activează Comisia de calificări pentru domeniul de formare profesională – compusă din Reprezentanți ai pieței muncii, Absolvenți angajați în domeniu, Profesori antrenați în predarea disciplinelor de specialitate, Reprezentant al Administrației Facultății și Președintele Comisiei Calității al Facultății. În cadrul ședințelor de lucru al Comisiei de calificări sunt discutate conținuturile planului de învățământ, tipurile de sarcini pentru lucrul individual, metodele de petrecere a lecțiilor practice cât și corelarea unităților de conținut pentru disciplinele predate.

Metodele și criteriile de evaluare. Evaluarea curentă și finală pentru fiecare disciplină se realizează conform Regulamentului instituțional privind evaluarea randamentului academic, aprobat de Senatul USM la 15 aprilie 2014 cu referire la evaluare, Dispoziția Decanului Facultății Științe Economice nr. 129 din 04 aprilie 2016 și altor acte instituționale conform codrului legal în vigoare. Evaluarea rapoartelor pentru stagiile de practică este în corespundere cu Regulamentul cu privire la organizarea stagiilor de practică la Ciclul I studii superioare de Licență și Ciclul II studii superioare de Masterat Aprobat de Senatul USM din 26.01.2016, proces verbal nr. 5.

Evaluarea tezelor de licență se petrece în corespundere cu Regulament Instituțional cu privire la formarea profesională în cadrul Universității de Stat din Moldova, Ciclul I, studii superioare licență și ciclul II studii superioare master Aprobat de Senatul USM din 1.12.2015, proces verbal nr. 3.

Regulile privind promovarea academică/finalizarea programului de studiu, sunt descrise în Regulamentul instituțional cu privire la formarea profesională în cadrul Universității de Stat din Moldova, ciclul I, studii superioare licență și ciclului studii superioare master, aprobat de Senatul USM la 1 decembrie 2015, în capitolul V.

EXPLANATORY NOTE

Profile of the specialty. The study program „Marketing and Logistics” qualifies in the general domain of study 041. Economic Sciences. The study program is organized in accordance with the Education Code of the Republic of Moldova and according to the Framework Plan for Higher Education (Cycle I - Bachelor, Cycle II - Master, Integrated Studies, Cycle III - Doctorate) approved by the Ministry of Education Order no. 1054 of October 29, 2015.

The concept of professional formation. The present program aims to develop the professional skills of future specialists for labor market integration in the national economy. Furthermore to provide graduates with knowledge-based practice and understanding of marketing and logistics processes, and to qualify the graduate in analyzing, evaluating and reflecting on issues related to these areas; to handle complex tasks in terms of customer relations and marketing communication.

The essential characteristic of the bachelor's program aims to improve standards of developing curricula and teaching methods - student centered learning: teamwork, projects, co-teaching with professors from partner universities.

Employability. According to the Occupational Classifier from Republic of Moldova, the graduates of this program can activate as: Manager (in marketing and sales services), Chief of Department (Sales and Marketing), Economist Expert in Marketing and Commerce, Chief Marketing Bureau, Chief Marketing Officer, Marketing Specialist, Telemarketing Consultant, Telemarketing Operator, Head of Marketing, Leasing and Quoting Department, Marketer, Documentarian Logistics Authorization, Logistician Flow Management, Merchandiser, Commercial Assistant, Customer Service Analyst, Brand Manager, Public Relations Specialist, Sales Agent, and others.

Further formation. The graduates can continue their studies at the second cycle of higher education - Master and third cycle - Doctorate. In this context, the main objective of the formative program is formation of professional and honest personalities in order to match the current and prospective requirements of the local and international labor market.

Educational approaches. In the process of teaching-assessment are mainly used interactive methods - problem-solving, situation-problem, case study, heuristic methods by which the master is stimulated to find solutions through the outcome of his own learning activity and traditional methods such as exposure, description, explanation of economic phenomena and processes, graphic representations, correlation schema for studying certain structures and their relations, comparison, etc. The purpose of using these methods is to trigger the mastering's independent activity and to stimulate the process of management problems research related to marketing activities.

The key competences developed in the program. The general and specific competencies were correlated with the National Qualifications Framework: *basic knowledge in the field; analysis and synthesis capacity; ability to learn; communication capacity (including using a foreign language); initiative spirit; team work capacity; creativity; the ability to operate with information technologies; ability to adapt to the cultures and customs of other peoples*, but also through implementation of the quantitative research within the “Economy, Marketing and Tourism” Department, in order to identify the specialties and needs / requirements in the formation domain of “Marketing and Logistics”, being interviewed the representatives of labor market, students from the bachelors program and professors trained in specialized disciplines.

Upon completion of the study program the graduate will have the following competencies:

- C1 Knowledge of economic and social nature concepts, theories, methods and tools of private and public entities;*
- C2 Collection, analysis and interpretation of market data and information;*
- C3 Elaboration, development and evaluation of marketing and logistics projects;*
- C4 Performing efficient communication operations and techniques on sales growth;*
- C5 Organizing and conducting marketing and logistics activities in private and public entities relevant to market requirements;*
- C6 Compliance with ethical and professionals norms in marketing and logistics.*

The expected learning outcomes reside in the qualitative formation of specialists with bachelor's studies for the national economy and competitive on the labor market. After graduation the student will be competent: 1. To demonstrate cognitive skills (knowledge, understanding, application, analysis, synthesis, evaluation) in the following areas: Economic mathematic, Economic Theory I, Currency and Credit, Basics of Accounting, Business Law, Economic Statistics, Economic Theory II, Management, Basics of Marketing, Finance, Business Economy, Logistics, Consumer Behavior, Analysis of economic and financial activity, etc. 2. To demonstrate skills in business initiation in the marketing areas; 3. To ensure that activities are carried out in accordance with the national and international regulatory framework; To take optimal, profitable and effective decisions in conditions of certainty, uncertainty and risk; 5. To communicate effectively using domain-specific terminology in romanian and in a foreign language; 6. To develop and coordinate the implementation of marketing, supply and sales projects; 7. To propose solutions to various issues in marketing, supply, sales, logistics etc.

The program level of novelty of this program lies in the fact that the marketing activity helps organizations to create value by understanding the needs of their customers in order to offer them innovative products and services. Therefore, in the context of increased global competition, economic entities need: marketing strategies, public communication, supply and exchange of values, maintenance and develop customer relationships, meeting consumer needs, market research, creation of distribution networks, logistics organization of goods and transport.

The objectives corresponding to the institutional development strategy program. The main objectives of the Bachelor's program are: the contemporary problems evaluation related to the possibility of personal growth, as well as intellectual and professional development of the students, the specific elements regarding marketing in general, the trends identification, characteristics and marketing techniques in particular, the methods and techniques usage concerning market analysis, providing the technical knowledge and the necessary resources for the marketing projects development and elaboration

in order to maximize the performance of the company's activity, analyzing, evaluating and offering solutions for complex problems in the field, etc. These objectives are detached from the formation requirements in "Marketing and Logistics" and related to:

- The Strategic Plan of the Moldova State University for the 2016-2020 period, through the strategic objectives: Developing and strengthening the quality of the educational offer; Intensifying and increasing the quality of international university collaboration activities; Increasing the degree of internationalization of academic activities;

- Research and Innovation Strategy at the Moldova State University for the 2015 - 2020 period, through the objectives: University affiliation to an integrated information system on scientific research strategies and national and international competitions launched for the project achievement; Formation of highly qualified scientific and academic staff through doctoral and postdoctoral studies;

- Institutional Strategic Plan for Internationalization for the years 2018-2020, through the objectives: Intensifying and increasing the quality of international university collaboration activities; Increasing the degree of internationalization.

Partner's consultation and process co-ordination of program development according to the quality assurance standards.

In order to achieve qualitative and relevant studies in the real environment, there were carried out a series of activities, reflecting the labor market needs and trends in the field of "Marketing and Logistics". At the Department level works the Commission of Qualifications in the domain of professional formation that consists from labor market representatives, graduates of the program that are employed in the field, professors trained in specialized subjects, representative of the Faculty Administration and the President of the Faculty Quality Committee. In the working session of Qualification Commission are discussed educational plan contents, types of tasks for individual work, methods of practical lessons spending and linking content subjects.

The contents of the curriculum, types of tasks for individual work, teaching methods, and practical lessons are discussed at the workshops of the Qualifications Commission.

Evaluation methods and criteria. The initial, current and final evaluations for each discipline are carried out in accordance with the Institutional Regulation concerning the Evaluation of Academic Efficiency, approved by the USM Senate on April 15, 2014 with reference to evaluation, the Disposal of the Faculty of Economic Sciences Dean and other institutional acts according to the existing legal framework. The evaluation of the reports for the internships is in accordance with the Regulation on the organization of the internships for the first cycle – bachelor's education and the second cycle - master studies, approved by the USM Senate on 26.01.2016, minute's no. 5.

The evaluation of license theses takes place in accordance with the Institutional Regulation on Professional Formation within the Moldova State University, Cycle I Higher Education and Cycle II master's degree studies, approved by the MSU Senate of 1.12.2015, Minutes no. 3.

Rules on academic promotion are described in the MSU's Institutional Regulation regarding the Evaluation of Academic Efficiency, cycle I, undergraduate studies and Master's degree studies, approved by the MSU Senate on April 15, 2014, in Chapter V.

Matricea corelării finalităților de studiu a programului cu cele ale unităților de curs/modulelor Correlation matrix finality of the study program with the cours units/ modules

Modulul/disciplina <i>Module/Cours</i>	Codul disciplinei	Nr. credite ECTS/ <i>Number of ECTS credits</i>	Competențe/ <i>Competences</i>					
			C1	C2	C3	C4	C5	C6
Matematica economică <i>Economic mathematics</i>	F.01.O.0.01	6	✓	✓	✓			
Teorie economică I <i>Economic theory I</i>	F.01.O.0.02	6	✓	✓				
Monedă și credit <i>Currency and credit</i>	F.01.O.0.03	4	✓	✓	✓			
Bazele contabilității <i>Accounting bases</i>	F.01.O.0.04	5						✓
Dreptul afacerilor <i>Business law</i>	F.01.O.0.05	5	✓					✓
Tehnologii informaționale de comunicare <i>Information technologies of communication</i>	G.01.O.0.06	4	✓	✓	✓			✓
Educație fizică <i>Physical Education</i>	G.01.O.0.07							

Modulul/disciplina <i>Module/Cours</i>	Codul disciplinei	Nr. credite ECTS/ <i>Number of ECTS credits</i>	Competențe/ <i>Competences</i>					
			C1	C2	C3	C4	C5	C6
Statistica Economică <i>Economic statistic</i>	F.02.O.0.08	5	✓	✓				✓
Teorie economică II <i>Economic theory II</i>	F.02.O.0.09	6	✓	✓				
Management <i>Management</i>	F.02.O.0.10	5	✓	✓			✓	✓
Bazele marketingului <i>Bases of marketing</i>	F.02.O.0.11	5	✓	✓	✓			✓
Limba străină de afaceri* <i>Foreign business language *</i>	G.02.O.0.12	4	✓					
Filozofie <i>Philosophy</i>	U.02.A.0.13	5	✓					
Politologie <i>Politology</i>	U.02.A.0.14	5	✓					
Sociologie <i>Sociology</i>	U.02.A.0.15	5	✓					
Instituțiile juridico-statale din Republica Moldova <i>Legal-State Institutions of the Republic of Moldova</i>	U.02.A.0.16	5	✓					
Educație fizică <i>Physical Education</i>	G.02.O.0.17							
Finanțe <i>Finance</i>	F.03.O.0.18	5	✓			✓	✓	
Economia întreprinderii <i>Economy of enterprises</i>	F.03.O.0.19	5	✓	✓	✓			
Marketing strategic <i>Strategic Marketing</i>	S.03.O.0.20	5	✓	✓	✓		✓	
Logistica <i>Logistics</i>	F.03.O.0.21	5	✓		✓	✓	✓	✓
Comportamentul consumatorilor <i>Consumer behavior</i>	S.03.O.0.22	4		✓		✓		
Psihologie <i>Psychology</i>	U.03.A.0.23	4	✓					
Istoria culturii și civilizației <i>History of culture and civilization</i>	U.03.A.0.24	4	✓					
Integrare europeană <i>European Integration</i>	U.03.A.0.25	4	✓					
Cultura comunicării interpersonale și organizaționale <i>The culture of interpersonal and organizational communication</i>	U.03.A.0.26	4	✓					
Practica de inițiere în specialitate <i>Practice of initiation in specialty</i>		2	✓	✓		✓		✓
Analiza activității economico financiare <i>Analysis of economic and financial activity</i>	F.04.O.0.27	4		✓	✓		✓	
Logistica stocurilor <i>Stock logistics</i>	S.04.O.0.28	5	✓		✓	✓	✓	✓
Marketingul serviciilor <i>Marketing of services</i>	S.04.O.0.29	5	✓	✓	✓			✓
Economia Europeană și integrarea economică <i>European economy and economic integration</i>	S.04.A.0.30	4	✓					✓
Comerț electronic <i>E-commerce</i>	S.04.A.0.31	4				✓	✓	
Marketing industrial	S.04.A.0.32	4	✓	✓	✓			

Modulul/disciplina <i>Module/Cours</i>	Codul disciplinei	Nr. credite ECTS/ <i>Number of ECTS credits</i>	Competențe/ <i>Competences</i>					
			C1	C2	C3	C4	C5	C6
<i>Industrial Marketing</i>								
Agromarketing <i>Agromarketing</i>	S.04.A.0.33	4	✓	✓	✓			
Merchandising și forța de vânzare <i>Merchandising and sales force</i>	S.04.A.0.34	4				✓	✓	
Marketingul IMM <i>SME Marketing</i>	S.04.A.0.35	4	✓	✓				✓
Practica de specialitate I <i>Specialty practice I</i>		4	✓	✓	✓	✓		✓
Achiziții <i>Acquisitions</i>	S.05.A.0.36	5				✓	✓	
Publicitate <i>Advertising</i>	S.05.A.0.37	5			✓	✓	✓	
Cercetări de marketing <i>Marketing researches</i>	S.05.A.0.38	5		✓	✓			
Relații publice <i>Public Relations</i>	S.05.A.0.39	5				✓	✓	✓
Managementul serviciilor de marketing <i>Management of marketing services</i>	S.05.O.0.40	5	✓	✓	✓			✓
Logistica comerțului exterior <i>Logistics of foreign commerce</i>	S.05.O.0.41	5	✓		✓	✓	✓	✓
Comunicare și tehnici promoționale <i>Communication and promotional techniques</i>	S.05.A.0.42	5			✓	✓	✓	
Marketing social-politic <i>Social-political marketing</i>	S.05.A.0.43	5	✓	✓				✓
Negocieri de afaceri în marketing <i>Business negotiations in marketing</i>	S.05.A.0.44	5	✓				✓	✓
Logistica transportului <i>Transport logistics</i>	S.05.A.0.45	5		✓	✓	✓	✓	
Marketing inovațional <i>Innovative marketing</i>	S.06.O.0.46	4		✓	✓	✓		
Leadership și managementul resurselor umane <i>Leadership and Human Resource Management</i>	S.06.A.0.47	4	✓				✓	✓
Planuri strategice de marketing <i>Strategic Marketing Plans</i>	S.06.A.0.48	4			✓		✓	
Strategii și metode de preț <i>Strategies and price methods</i>	S.06.A.0.49	3	✓	✓				
Marketing direct <i>Direct marketing</i>	S.06.A.0.50	3				✓		✓
Etica profesională <i>Professional ethics</i>	G.06.O.0.51	2	✓					✓
Limba română de comunicare <i>Communicational Romanian language</i>	G.01.O.0.52 G.02.O.0.53		✓					
Practica de specialitate II <i>Specialty practice II</i>		6	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Practica de cercetare <i>Research practice</i>		6	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Examen de licență <i>Bachelor exam</i>		5	✓	✓	✓	✓	✓	✓

*Nota: limba engleză/franceză

*Note: english language/french