Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova
Ministry of Education and Research of the Republic of Moldova
Министерство Образования и Исследований Республики Молдова
Universitatea de Stat din Moldova
Moldova State University
Государственный Университет Молдовы

COORDONAT
КООРДИНИРУЕТСЯ
COORDINATED BY
Ministerul Educației
și Cercetării al Republicii Moldova
Министерством Образования и Исследований
Республики Молдова
Ministry of Education and Research of the Republic of Moldova
Nr./№/*no* _____
din/*дата*/*date* _____
Ministru/*Министр*/Minister_____

APROBAT
ОДОБРЕНО
APPROVED
La ședința Senatului USM/ *На заседании Сената ГУМ /*
MSU SENATE

Proces verbal nr./*Протокол №/ Minute no.* 11
din/*дата*/ *date* 31.03.2026

Rector/*Ректор*/*Rector* _____

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
STUDY PLAN
УЧЕБНЫЙ ПЛАН
pentru ciclul II, studii superioare de master
Cycle II, Master degree
II цикл, Мастерат

Nivelul calificării conform ISCED/CNC – 7
Level of Qualification, ISCED/CNC – 7
Уровень квалификации ISCED/CNC – 7
Domeniul general de studiu – 101 Servicii publice
General Field of Study - 101 Public services
Общая область обучения – 101 Публичные услуги
Domeniul de formare profesională –**1013 Servicii hoteliere, Turism și Agrement**
Professional Training Field – 1013 Hospitality services, Tourism and Leisure
Область профессиональной подготовки – 1031 Гостиничные услуги, туризм и досуг
Programul de master – Management și Marketing Hotelier și Turism (MP)
Master Programme – Management and Marketing of Hotels and Tourism (MP)
Программа мастерата – Менеджмент и маркетинг в гостиничном деле и туризме (MII)
Tipul programului de master – Master profesional (MP)
Type of master's program – Professional Master Programe (MP)
Тип магистерской программы – Профессиональная Магистерская Программа (MII)
Numărul total de credite – 120
Total Number of Credits – 120
Общее количество кредитов – 120
Titlul obținut – Master în Servicii publice
Title awarded – Master of Public Services
Присуждаемая степень – мастер в области публичных услуг
Baza admiterii – diplomă de studii superioare sau un act echivalent de studii
Access Requirements - Diploma of Bacherlor's Degree or an equivalent document of studies
Основание для поступления – диплом о высшем образовании или эквивалентный документ об образовании
Limba de instruire – română / rusă / engleză
Language of Instruction – Romanian / English/ Russian
Язык обучения – Румынский / Русский / Английский
Forma de organizare a învățământului - cu frecvență
Mode of Study - full time
Форма обучения - очная

Înregistrat / *Registered with / Зарегистрировано*
Agenția Națională de Asigurare a Calității în Educație și Cercetare
National Agency for Quality Assurance in Education and Research
Национальном Агентстве по Обеспечению Качества в Образовании и Исследованиях
nr. */no. / №* _____
din */date / от* _____

RESPONSABIL DE PROGRAM
Координатор программы
Programme Coordinator

Şef Departament
Заведующий департаментом
Head of Department _____
Veronica BULAT,
dr., conf. univ./ докт., доцент / PhD, Associate professor

Aprobat/ *Утверждено/ Approved by*:

Departamentul Economie, Marketing şi Turism
Департамент Экономики, Маркетинга и Туризма
Economy, Marketing and Tourism Department

Proces verbal nr./*Протокол №/ Minute no.* 8/25-26
din/*дата/ date* 18.02.2026

APROBAT:
Одобрено:
Approved by:

Preşedintele Consiliului Calităţii USM
Председатель Консилиума по качеству ГУМ
MSU Quality Assurance

Proces verbal nr./*Протокол №/ Minute no.* 5
din/*дата/ date* 26.03.2026

_____
Georgeta ŞTEPANOV
Dr. hab., prof. univ./ dr. hab., full prof., др. хаб., проф.

APROBAT:
Одобрено:
Approved by:
Preşedintele Consiliului Facultăţii Ştiinţe Economice
Председателем Консилиума Качества Факультета Экономических Наук
Head of the Faculty Council of the Faculty Economic Sciences

_____
Maria HAMURARU
dr., conf. univ./ докт., доцент / PhD, Associate professor

Proces verbal nr./*Протокол №/ Minute no.* 7
din/*дата/ date* 23.02.2026

CALENDARUL UNIVERSITAR
ACADEMIC CALENDAR
АКАДЕМИЧЕСКИЙ КАЛЕНДАРЬ

Anul de studii *Year of study* *Год обучения*	***Activități didactice*** *Teaching activities* *Учебная деятельность*		***Sesiuni de examene*** *Examination sessions* *Экзаменационные сессии*		***Stagii de practică*** *Intership* *Практика*	***Vacanțe*** *Holidays* *Каникулы*		
	Sem. I *Sem. I* *Сем. I*	**Sem. II** *Sem. II* *Сем. II*	**Sem. I** *Sem. I* *Сем. I*	**Sem. II** *Sem. II* *Сем. II*		**Iarnă** *Winter* *Зима*	**Primăvară** *Spring* *Весна*	**Vară** *Summer* *Лето*
Anul I *Year I* *I год*	septembrie – decembrie *september – december* *сентябрь-декабрь*	februarie-mai *february – may* *февраль-май*	decembrie - ianuarie *december – january* *декабрь-январь*	mai-iunie *may-june* *май-июнь*		ianuarie *january* *январь*	aprilie *april* *апрель*	iulie-august *july-august* *июль-август*
Anul II *Year II* *II год*	septembrie - octombrie *september – october* *сентябрь-октябрь*		decembrie - ianuarie *december – january* *декабрь-январь*	mai-iunie *may-june* *май-июнь*	Sem. III noiembrie-decembrie Sem. IV februarie-martie *Sem. III November-December Sem. IV February-March* *Сем. III ноябрь-декабрь Сем. IV февраль-март*	Ianuarie *january* *январь*	mai *may* *май*	
Total săptamâni *Total week* *Итого недель*	24	15	6	6	12	6	2	9

MINIM CURRICULAR ÎN DOMENIUL DE FORMARE PROFESIONALĂ - 1013 SERVICII HOTELIERE, TURISM ȘI AGREMENT
MINIMUM CURRICULUM IN THE PROFESSIONAL EDUCATION FIELD - 1013 HOTEL SERVICES, TOURISM AND LEISURE
УЧЕБНЫЙ МИНИМУМ В ОБЛАСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ — 1013 ГОСТИНИЧНЫЕ УСЛУГИ, ТУРИЗМ И ДОСУГ

Cod *Code* *Код*	**Denumirea unității de curs/modulului** *Course unit/module name* *Наименование учебной единицы/ Модуля*	**Număr de ore** *Number of Hours* *Количество часов*			**Numărul de ore pe tipuri de activități** *Number of hours by types of activities* *Количество часов по видам деятельности*			**Forma de evaluare** *Assessment* *Форма оценивания*	**Număr ECTS** *ECTS Credits* *Количество кредитов ECTS*
		Total *Total* *Всего*	**Contact direct** *Contact Hours* *Контактные часы*	**Studiu individual** *Individual Work* *Индивидуальная работа*	**Curs** *Course* *Курс*	**Seminar** *Seminar* *Семинар*	**Practice/Laborator** *Laboratories* *Лабораторные*		
M.O.01	Teorie economică I *Economic theory I* *Экономическая теория I*	180	90	90	30	60		examen *exam* *экзамен*	6

M.O.02	Management *Management* *Менеджмент*	150	76	74	46	30		examen *exam* *экзамен*	5
M.O.03	Teorie economică II *Economic theory II* *Экономическая теория II*	150	78	72	26	52		examen *exam* *экзамен*	5
M.O.04	Finanțe *Finance* *Финансы*	120	52	68	26	26		examen *exam* *экзамен*	4
M.O.05	Bazele contabilității *Basics in Accounting* *Основы бухгалтерского учета*	150	78	72	26	52		examen *exam* *экзамен*	5
M.O.06	Marketing *Marketing* *Маркетинг*	150	65	85	26	39		examen *exam* *экзамен*	5
	Total *Total* *Всего*	**900**	**439**	**461**	**180**	**259**			**30**

PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE/ANI DE STUDII
STUDY PROCESS PLAN FOR SEMESTERS / YEARS OF STUDIES
ПЛАН УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО СЕМЕСТРАМ / ГОДАМ ОБУЧЕНИЯ

Cod *Code* *Код*	**Denumirea unității de curs/modulului** *Course unit/module name* *Наименование учебной единицы/ Модуля*	**Număr de ore** *Number of Hours* *Количество часов*			**Numărul de ore pe tipuri de activități** *Number of hours by types of activities* *Количество часов по видам деятельности*			**Forma de evaluare** *Assessment* *Форма оценивания*	**Număr ECTS** *ECTS Credits* *Количество кредитов ECTS*
		Total *Total* *Всего*	**Contact direct** *Contact Hours* *Контактные часы*	**Studiu individual** *Individual Work* *Индивидуальная работа*	**Curs** *Course* *Курс*	**Seminar** *Seminar* *Семинар*	**Practice/Laborator** *Laboratories* *Лабораторные*		
ANUL I / *1st year /1 Курс*									
SEMESTRUL I / *1st Semester / Семестр I*									
F.O.01	Management în ospitalitate şi turism *Hospitality and Tourism Management* *Менеджмент в гостиничном деле и туризме*	**180**	**45**	**135**	30	15		examen *exam* *экзамен*	6
F.O.02	Forme moderne de turism *Modern forms of tourism* *Современные формы туризма*	**180**	**45**	**135**	30	15		examen *exam* *экзамен*	6
F.O.03	Politici de marketing în ospitalitate și turism *Marketing policies in tourism and hospitality* *Маркетинговая политика в гостиничном деле и туризме*	**180**	**45**	**135**	30	15		examen *exam* *экзамен*	6
F.O.04	Standarde de calitate și sustenabilitate în turism și ospitalitate *Quality and sustainable*	**180**	**45**	**135**	15	30		examen *exam* *экзамен*	6

	standards in tourism and hospitality *Стандарты качества и устойчивого развития в туризме и гостиничном деле*								
S.O.05	Strategii de parteneriat și rețele în turism (Proiect de semestru) *Partnership strategies and networks in tourism (Semester Project)* *Стратегии партнёрства и сетевого взаимодействия в туризме (семестровый проект)*	**180**	**60**	**120**			60		6
Total Sem. I *Total 1st Semester* *Всего 1ый семестр*		**900**	**240**	**660**	**105**	**75**	**60**		**30**
Semestrul II / *2nd Semester / Семестр II*									
F.O.06	Tehnici cantitative și calitative în turism si servicii hoteliere *Quantitative and qualitative techniques in tourism and hospitality services* *Количественные и качественные техники в туризме и гостиничных услугах*	180	**45**	**135**	15	30		examen *exat* *экзамен*	6
S.A.07 S.A.08	Managementul financiar în turism și ospitalitate *Financial management of tourism and hospitality* *Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном деле* Contabilitate și control managerial în îndustria hotelieră și turism *Accounting and managerial control in the hotel and tourism industry* *Бухгалтерский учёт и управленческий контроль в гостиничной индустрии и туризме*	180	**45**	**135**	30	15		examen *exat* *экзамен*	6
S.O.09	Comunicare, promovare și vânzare în turism *Communication, sales and promotion in tourism* *Коммуникации, продажи и продвижение в туризме*	180	**45**	**135**	30	15		examen *exat* *экзамен*	6
S.A.10 S.A.11	Sisteme informaţionale în servicii hoteliere şi turism *Information systems in hotel and tourism services* *Информационные системы в гостиничных услугах и туризме* Tendințe tehnologice și inteligență artificială în turism *Technological trends and Artificial Intelligence in tourism* *Технологические тренды и*	180	**45**	**135**	30	15		examen *exat* *экзамен*	6

	искусственный интеллект в туризме								
S.O.11	Strategii inovative în antreprenoriat și marketing experiențial în turism și ospitalitate (Proiect de semestru) *Innovative strategies in entrepreneurship and experiential marketing in tourism and hospitality (Semester Project)* *Инновационные стратегии предпринимательства и маркетинга впечатлений в туризме и гостиничном деле (семестровый проект)*	180	60	120			60		6
	Total Sem. II *Total 2nd Semester* *Всего Семестр II*	**900**	**240**	**660**	**105**	**75**	**60**		**30**
	Total Anul I *TOTAL 1ST YEAR* *Всего Курс I*	**1800**	**480**	**1320**	**210**	**150**	**120**		**60**
Anul II / *2nd Year / 2ой Курс*									
Semestrul III / *3rd Semester / Семестр III*									
S.A.12 S.A.13	Organizații de management al destinațiilor turistice *Management organizations of tourist destinations* *Организации по управлению туристическими дестинациями* Managementul operațiunilor hoteliere *Hotel operations management* *Управление гостиничными операциями*	120	**36**	**84**	18	18		examen *exat* *экзамен*	4
S.O.14	Managementul proiectelor în servicii și turism *Project management in services and tourism* *Управление проектами в сфере услуг и туризме*	120	**36**	**84**	18	18		examen *exat* *экзамен*	4
S.O.15	Turism cultural și MICE (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions) *Cultural tourism and MICE* *Культурный туризм и MICE (встречи, поощрительные поездки, конференции и выставки)*	150	**36**	**114**	18	18		examen *exat* *экзамен*	5
S.O.16	Designul Cercetării și Responsabilitate Etică în Serviciile Hoteliere și de Turism *Research Design and Ethical Responsibility in Hospitality and Tourism Services* *Дизайн исследования и этическая ответственность в гостиничных и*	150	**36**	**114**	18	18		examen *exat* *экзамен*	5

	туристических услугах								
SP.O.17	Practica de specialitate *Specialty practice* *Практика по специальности*	**360**	***260**	**100**				examen *exam* *экзамен*	12
Total Sem. III *Total 3rd Semester* *Всего Семестр III*		**900**	**404**	**496**	**72**	**72**			**30**
Semestrul IV/ *4th Semester / Семестр IV / Семестр IV*									
SP.O.18	Practica de cercetare *Research internship* *Исследовательская практика*	180		180				Evaluare *Evaluation* *Assessment* *Оценив.*	6
	Teza de master *Master Thesis* *Магистерская работа*	720		720				examen *exam* *экзамен*	24
Total Sem. IV *Total 4th Semester* *Всего Семестр IV*		**900**		**900**					**30**
Total Anul II *TOTAL 2nd YEAR* *ВСЕГО КУРС II*		**1800**	**404**	**1396**	**72**	**72**			**60**
TOTAL *TOTAL* *ВСЕГО*		**3600**	**884**	**2716**	**282**	**222**	**120**		**120**

PONDEREA UNITĂȚILOR DE CURS / MODULELOR ÎN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT
SHARE OF COURSE UNITS / MODULES IN THE STUDY PLAN
ДОЛЯ УЧЕБНЫХ ЕДИНИЦ / МОДУЛЕЙ В УЧЕБНОМ ПЛАНЕ

Funcția în formarea profesională *Function in vocational education* *Функция в профессиональном обучении*	**Total ore** *Total hours* *Всего часов*	**Nr. Credite** *Number of credits* *Количество кредитов*	**Pondere, %** *Share, %* *Доля, %*
F	900	30	25%
S	1440	48	40%
SP	540	18	15%
TM	720	24	20%
Total *Total* *Всего*	**3600**	**120**	**100**

STAGIILE DE PRACTICĂ
INTERNSHIPS
ПРАКТИКА

Nr.	**Tipul stagiului de practică** *The type of internship* *Тип практики*	**Anul** *Year* *Курс*	**Semestru** *Semester* *Семестр*	**Durata** *Times* *Продолжительность*		**Perioada desfășurării** *Internship period* *Период проведения*	**Număr ECTS** *Nr. of ECTS Credits* *Количество кредитов ECTS*
				Săptămâni *Weeks* Недели	**Ore** *Hours* *Часы*		
1.	Practica de specialitate *Specialty intnership* *Практика по специальности*	2	III	6	360		12
2.	Practica de cercetare *Research internship*	2	IV	6	180		6

	Исследовательская практика						
Total/ *Total / Всего*					**540**		**18**

FORMA DE EVALUARE FINALĂ A STUDIILOR
FINAL EVALUATION
ФОРМА ИТОГОВОЙ ОЦЕНКИ ОБУЧЕНИЯ

Nr.	**Forma de evaluare finală a studiilor** *Form of final evaluation of the studies* *Форма итоговой оценки обучения*	**Termene de organizare** *Organization period* *Сроки организации*	**Nr. ECTS** *Number of ECTS* *Количество ECTS*
1	Teza de master/ *Master thesis / Магистерская работа*	Iunie *June* *Июнь*	24

NOTĂ EXPLICATIVĂ

1. Prezentarea succintă a profilului programului de master, precum și a domeniului de formare profesională și domeniului general de studii.

Profilul specializării Programului de master – Management și Marketing Hotelier și Turism corespunde domeniului fundamental al științei, culturii și tehnicii -10 Servicii; domeniul general de studiu – 101 Servicii publice. Programul de master este elaborat în corespundere cu Nomenclatorul domeniilor de formare profesională și al specialităților în învățământul superior, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr.482 din 28 iunie 2017 și Plan Cadru pentru studii superioare de licență (ciclul I), de master (ciclul II), și integrate, aprobat prin ordinul MECCM nr. 120 din 10.02.2020.

Durata studiilor - 2 ani învățământ cu frecvență

Credite de studiu - 120 credite ECTS, 1 Credit ECTS - 30 ore

Forma de organizare - Învățământ cu frecvență

2. Obiectivele programului de studii, inclusiv corespunderea acestora misiunii universității, racordarea programului de studii și a conținuturilor din Planul de învățământ la tendințele internaționale din domeniu.

Scopul programului de master „Management şi marketing hotelier şi turism” constă în formarea de competenţe în domeniul sectorului public şi privat cu specialişti – în sectorul serviciilor hoteliere şi turism, precum şi formarea unui nucleu de cercetare, în care masteranzii, în colaborare cu specialiştii în domeniu vor studia disciplinele din planul de învăţământ şi vor identifica priorităţile următorilor ani. Caracteristica esențială a programul de masterat, constă în disponibilitatea programului de perfecţionare a standardelor de elaborare a curriculum-urilor şi a metodelor de predare, şcolarizarea lectorilor implicaţi în programul de master asupra modelelor de curriculum din universităţile partenere a Proiectului TEMPUS LMPH şi asistenţa academică a profesorilor de peste hotare la elaborarea şi îmbunătăţirea curricumului şi programelor de curs. Absolvenții programului sunt pregătiți pentru activitatea antreprenorială în industria turismului și cea a serviciilor hoteliere.

Obiectivele programului de master Management şi marketing hotelier şi turism sunt:

- asigurarea masteranzilor un nivel înalt de cunoștințelor de specialitate și înțelegere, competențe înalte, care să le permită integrarea cunoștințelor la asigurarea complexității activităților de management și marketing din industria turismului și formularea argumentelor și comunicarea concluziilor mediului profesional;
- dezvoltarea capacității de a acționa independent/în echipă și creativ în abordarea și soluționarea problemelor complexe în domeniul industriei hoteliere și a turismului, utilizând abilitățile strategice, analitice și tehnice, asumându-și responsabilitatea pentru decizile luate;
- stimularea interesului teoretic și practic a masteranzilor asupra evoluției entității hoteliere din perspectiva structurii serviciilor ce vor fi solicitate, a programelor de cercetare-dezvoltare necesare creării de noi servicii, punându-se accent pe utilizarea metodelor interactive;
- aplicarea TIC în procesul de activitate, utilizarea metodelor şi tehnicilor de analiză a pieţei

serviciilor hoteliere;

- formarea capacității de a elabora și a dezvolta proiecte turistice în scopul maximizării performanţei activităţii turistice;
- dezvoltarea unei atitudini critice prin utilizarea și interpretarea coerentă a teoriilor, modelelor în domeniul managementului și marketingului turistic;
- formarea și dezvoltarea de abilități superioare de cercetare independentă și utilizarea eficientă a informației.

Aceste obiective corespund misiunii Universității de Stat din Moldova, sunt desprinse din necesitatea de formare în domeniul "*Management şi marketing hotelier şi turism*" și sunt corelate cu următoarele documente strategice strategice instituționale: Planul Strategic, Strategia de cercetare și inovare, Plan strategic instituțional de internaționalizare.

3. Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social (studierea cerințelor Cadrului Național al Calificărilor, precum și al celui European; studierea fișelor de posturi din instituțiile potențial angajatoare, evaluarea pieței prin metoda chestionarelor etc.).

La elaborarea programului de studiu s-au luat în considerarea bunele practici europene cu referire la conținuturile ofertei educaționale și s-au valorificat în cadrul programului prin includerea unor unități de conținut în vederea asigurării compatibilității programelor și a mobilităților academice reciproce. De asemenea, conținuturile planului de studii sunt racordate la Tendințele Turistice Internaționale din statele membre UE -28, prezentate în raportul Organizației Mondiale a Turismului și Agenția Organizației Națiunilor Unite, orientate spre promovarea unui turism responsabil, durabil și universal accesibil, asistat de tehnologiile informaționale, urmărind obiectivele bazate pe extinderea și diversificarea turismului strategic și promovarea experienței manageriale în acest domeniu.

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 „Management şi marketing hotelier şi turism".

4. Consultarea partenerilor în procesul de elaborare a programului de studii (angajatori, profesori, absolvenți, studenți etc.).

La nivel facultate, în cadrul Comisiei de Asigurare a Calității este inclus câte un reprezentant al pieței muncii pentru fiecare domeniu de formare profesională. În cadrul ședințelor de lucru al Comisiei 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 și alte subiecte. Au fost analizate fișele de post a următorilor potențiali angajatori: SRL Gold Travel, SRL Sakura Tur, SRL Pro Ilicris, SRL Prosper Trans, SRL Androstrans, SRL Maxpasa, hotelul Jolly Alone, ANTRIM, Zentrum Apartments Hotel, Radisson Blu Leogrand Hotel, în vederea determinării calificării necesare a unui specialist din domeniul industriei turismului și identificării necesarului de cunoștințe, abilități și competențe ce vor fi asigurate prin realizarea planului de master.

Semestrial, masteranzii sunt chestionați cu privire la calitatea și relevanța disciplinelor predate. Chestionarele sunt prelucrate de către responsabilul de calitate din cadrul departamentului, sunt discutate în cadrul ședințelor de departament, consiliului facultății și sunt luate în calcul la elaborarea conținuturilor pentru anul următor al admiterii. De asemenea, sunt analizate și luate în considerare opiniile partenerilor de practică cu referire la comptențele dezvoltate de program, atunci cînd masteranzii își realizează stagiul de practică.

5. Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă este determinată de obiectivele stabilite în Proiectul Strategiei Naționale de Dezvoltare a Turismului 2030, în care sunt specificate necesitatea pregătirii cadrelor pentru industria turismului a Republicii Moldova. Programul de master „Management şi marketing hotelier şi turism" este un rezultat al Proiectului TEMPUS LMPH. În cadrul proiectului au fost reliefate necesităţile economiei reale din sectorul hotelier şi turism, în urma efectuării unei cercetări prin anchetarea şi intervievarea a peste 500 de profesionişti din domeniu, care au stipulat necesarul de competenţe generice şi specifice pe care trebuie să le deţină un angajat la absolvirea programului de master.

6. Posibilitățile de angajare a absolvenților; corelate cu CORM și ESCO. Absolventul acestui program de masterat va putea să lucreze în cadrul structurilor de cazare şi anume în hoteluri şi agenţii de turism, în moteluri, pensiuni turistice şi agroturistice, case pentru oaspeţi, ocupând diferite

posturi din nivelul ierarhic al structurilor de cazare.

În conformitate cu Clasificatorul ocupațiilor din Republica Moldova, absolvenții acestui program pot activa în calitate de: 141101 Administrator/administratoare structură de primire (recepție) turistică; 141102 Director/directoare bar (în hotel); 141103 Director/directoare berărie (în hotel); 141104 Director/directoare botel; 141105 Director/directoare bungalou; 141106 Director/directoare camping; 141107 Director/directoare complex de cazare; 141108 Director/directoare complex hotelier; 141109 Director/directoare cramă (în hotel); 141110 Director/directoare hotel; 141111 Director/directoare motel; 141112 Director/directoare pensiune turistică; 141113 Director/ directoare restaurant hotelier; 141114 Director/directoare structură de primire (recepție) turistică; 141115 Director/directoare tabără de vară; 141116 Director/directoare unitate agrement; 141117 Director/directoare unitate balneoclimaterică; 141118 Director/directoare vilă turistică; 141119 Manager (șef/șefă) în activitatea hotelieră; 141120 Șef/șefă recepție structură de primire (recepție) turistică; 141201 Director (șef)/directoare (șefă) departament catering; 141202 Director/directoare de cafenea; 141203 Director/directoare de cofetărie, patiserie; 141204 Director/directoare de restaurant; 141205 Director/directoare de unitate alimentaţie publică; 141206 Director/directoare de unitate de tip fast-food; 141207 Manager (șef/șefă) restaurant; 141208 Şef/șefă laborator în alimentaţie publică.

Ocupații tipice conform ESCO: 1411 - Conducători de unități hoteliere; 1431.2 - manager unitate agrement și activități recreative; 1439.8 - manager agenție de turism; 2310.1 asistent de cercetare în învățământul superior; 2310.1 asistent universitar; 2659 - Artiști creatori și actori neclasificați în grupele de bază anterioare; 2659.4 animator activități turistice/animatoare activități turistice.

7. Accesul la studii a titularilor de diplome obținute după finalizarea respectivului program de studii.

Absolvenții programului de master, care au obținut titlul – *Master în Servicii publice* au următoarele oportunități de continuare a studiilor:

- Școala doctorală – nivelul 8 ISCED, la una din specialitățile:

a) 521.01 - Teorie economică şi politici economice;
b) 521.02. - Economie mondială; relaţii economice internaţionale;
c) 521.03. - Economie şi management în domeniul de activitate;
d) 521.04. - Marketing și Logistică.

- Programe de formare continuă pe tot parcursul vieții.

8. Competențele generale și profesionale asigurate de programul de studii.

Acest program vizează dezvoltarea competențelor profesionale în domeniul Marketing. Planul de învățământ este axat pe discipline generale, socio-umane, fundamentale și de specialitate, dezvoltând competențe profesionale generale și specifice.

Competențele Generale (sectoriale/transsectoriale) (CG) dezvoltate în program sunt:

CG1. Utilizarea tehnicilor de cercetare avansate pentru a efectua studii de piață

CG2. Relaționarea eficientă și empatică în relația cu clienții

CG3. Implementarea strategică a reglementărilor și standardelor naționale și internaționale în industria turismului și ospitalității

CG4. Crearea de produse și servicii turistice noi și inovatoare adaptate cerințelor diversificate ale clienților

CG5. Elaborarea de strategii privind integrarea normelor și principiilor economiei sustenabile care asigură conformitatea ecologică și socială

CG6. Implementarea sistemelor de management al calității în turism și ospitalitate

CG7. Realizarea cercetărilor științifice și implementarea acestora în activitatea didactică.

În corelație cu CNC, prin discuții în cadrul ședințelor Comisiei de Asigurare a Calității și comunicării cu reprezentanții pieței muncii, absolvenți, personal academic și studenți, au fost stabilite următoarele **competențe profesionale (CP)**:

CP1. Dezvoltarea concepției de desfășurare a activităților turistice ajustate diversității pieței naționale și internaționale

CP2. Elaborarea de politici de dezvoltare a entităților turistice în contextul utilizării eficiente a resurselor

CP3. Implementarea de produse și servicii turistice inovative în contextul alinierii tendințelor naționale și internaționale

CP4. Promovarea noilor produse și servicii turistice utilizând strategii și tactici de marketing integrat

CP5. Integrarea standardelor de calitate și practicilor sustenabile în operațiunile turistice adaptate la așteptările specifice ale diferitelor segmente de clienți

CP6. Adaptarea strategiilor operaționale pentru hoteluri și alte unități de cazare la diversitatea pieței naționale și internaționale prin personalizarea serviciilor

CP7. Organizarea evenimentelor în unitățile de cazare pentru creșterea vizibilității și a profitabilității

CP8. Analiza rapoartelor financiare în vederea implementării strategiilor de creștere a rentabilității entităților hoteliere

CP9. Implementarea strategiilor de marketing și vânzări pentru atragerea și reținerea clienților

CP10. Abordarea și rezolvarea eficientă a reclamațiilor clienților în industria hotelieră

În corelație cu CNC, prin discuții în cadrul ședințelor Comisiei de Asigurare a Calității și comunicării cu reprezentanții pieței muncii, absolvenți, personal academic și studenți, au fost stabilite următoarele **rezultate ale învățării:**

1. utiliza tehnici de cercetare calitative și cantitative avansate pentru a efectua studii de piață în industria turismului și ospitalității.
2. comunica eficient și empatic cu clienții utilizând feedback-ul acestora pentru asigurarea unei experiențe pozitive și personalizate
3. implementa strategic reglementările și standardele naționale și internaționale în industria turismului și ospitalității, asigurând conformitatea și calitatea serviciilor oferite
4. crea produse și servicii turistice noi și inovatoare, asigurând satisfacția cerințelor diversificate ale clienților
5. elabora strategii de integrare a normelor și principiilor economiei sustenabile, asigurând conformitatea ecologică și socială în industria turismului și ospitalitate
6. aplica eficient sisteme de management al calității în turism și ospitalitate, asigurând satisfacția clienților și îmbunătățirea continuă a serviciilor oferite
7. implementa rezultatele cercetărilor științifice în activitatea didactică în conformitate cu noile tendințe ale sistemului educațional național și/sau internațional.
8. dezvolta activități turistice inovatoare și strategii adaptate diversității și complexității pieței naționale și internaționale
9. elabora politici de dezvoltare a entităților turistice, asigurând utilizarea eficientă a resurselor economice
10. dezvolta strategii pentru a stimula inovația și antreprenoriatul în industria turismului;
11. dezvolta planuri de acțiuni privind implementarea produselor și servicii turistice inovative în vederea menținerii competitivității pe piață.
12. promova noile produse și servicii turistice utilizând strategii și tactici de marketing integrat, asigurând vizibilitatea și succesul acestora pe piață.
13. planifica algoritmul de implementare a programelor turistice prin integrarea standardelor de calitate în activitatea turistică.
14. promovarea turismului responsabil în vederea conservării mediului, respectul pentru culturile locale și îmbunătățirea experienței turistice.
15. adapta strategiile operaționale pentru diferite structuri de primire turistică cu funcţiuni de cazare, prin personalizarea serviciilor în contextul diversității cererii
16. organiza evenimente prin dezvoltarea de parteneriate în contextul creării imaginii pozitive a structurilor de primire turistică cu funcţiuni de cazare.
17. analiza rapoartelor financiare pentru a dezvolta strategii eficiente de creștere a rentabilității entităților hoteliere
18. elabora strategii de marketing pentru atragerea și fidelizarea clienților, utilizând analiza pieței, segmentarea, poziționarea produselor și campanii de comunicare.
19. dezvolta strategii de vânzări personalizate, utilizând tehnici de negociere și management al relațiilor cu clienții pentru a crește conversiile și loialitatea clienților.

20. rezolva eficient reclamațiile clienților, utilizând tehnici de comunicare și soluționare a problemelor pentru a asigura satisfacția și loialitatea clienților.

EXPLANATORY NOTE

1. A brief presentation of the master's program profile, as well as the field of professional training and the general field of study. The Master Program Profile *Management and Marketing of Hotels and Tourism* comply with the fundamental domain of science, culture and technology 04 Social Sciences; the general domain of study 101 Public Services. The Master Program is developed in accordance with the Classification of professional formative domains and specialization in higher education, approved by the Government Decision No. 482 from 28 June 2017 and the Framework Plan for bachelor studies (cycle I), master studies (cycle II) and integrated studies approved by the Order of MECCM no. 120 from 10.02.2020

Studies duration - 2 years of full-time education.

Study credits - 120 credits ECTS, 1 credit ECTS - 30 hours.

Organization form- Full-time education.

2. The objectives of the study program, including their alignment with the university's mission, and the adjustment of the study program and curriculum content to international trends in the field.

The aim of the program "Management and Marketing of Hotels and Tourism" regards to the skills formation in the public and private sector, for hotel and tourism branch - specialists and to the formation of a core research, where master students in collaboration with main specialists study courses and seminars according within Master's program and are identifying priorities for the coming years.

The essential characteristic of the Master's program aims to improve standards of developing curricula and teaching methods by training lecturers involved in this program to the model curriculum of the Tempus LMPH partner universities and by the assistance of academic professors from abroad that help to develop and improve curriculum and course programs. The graduates of the program are prepared for the entrepreneurial activity in the tourism industry and the hotel services.

The objectives of the Management and marketing of hotels and tourism" program are:

- ensuring the masters students with a high level of specialized knowledge and understandings, high skills, that will allow them to integrate the obtained knowledge in the complexity of management and marketing activities of tourism industry, and to formulate arguments and to communicate conclusions within the professional environment;
- developing the ability to act independently / as a team and act creatively in approaching and solving the complex problems in the hotel and tourism industry domain, using the strategic, analytical and technical skills, assuming responsibility for the decisions taken;
- stimulating the masters theoretical and practical interest on the hotel entity evolution, from the perspective of the services structure that will be requested, of the research-development programs necessary for the creation of new products, focusing on the use of the interactive methods;
- application of ICT in the process of activity, use of methods and techniques for analyzing the hotel services market;
- forming the capacity to elaborate and develop touristic projects, in order to maximize the touristic activity performance;
- developing a critical attitude, using and interpreting coherent the theories, models in the touristic management and marketing domain;
- training and developing of superior independent research skills and the efficient use of information.

These objectives correspond to the mission of the Moldova State University, they are detached from the formation need in the field of *"Management and Marketing of Hotels and Tourism"* and are related to the following institutional strategic documents: The Strategic Plan; The Research and Innovation Strategy; The Institutional Strategic Plan for Internationalization.

3. Assessment of the economic and social sector's expectations (analysis of the National and European Qualifications Frameworks, review of job descriptions from potential employing institutions, market assessment through surveys, etc.).

During the study program preparation there were taken into consideration the best European practices with reference to the contents of the educational offer, and were utilised in the program by including some content units to ensure compatibility of programs and reciprocal academic mobility. The contents of the study plan are also linked to the international tourist trends of EU-28 Member States, submitted in the report of the World Tourism Organization and the United Nations Agency, oriented to the responsible, sustainable and universally accessible tourism promotion, assisted by information technologies, pursuing objectives based on the expansion and diversification of strategic tourism and promoting managerial experience in this field.

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 "*Management and Marketing of Hotels and Tourism*".

4. Consultation of stakeholders in the development process of the study program (employers, professors, graduates, students, etc.). At the Faculty level, a representative of the labour market for each field of professional formation is included in the Quality Assurance Commission. During the Commission working meetings there are discussed the contents of the education plans, the types of tasks for individual work, the methods of spending practical lessons and the correlation of content units for the taught subjects etc.

There were analysed the job descriptions of the following potential employers: LLC Gold Travel, LLC Sakura Tur, LLC Pro Ilicris, LLC Prosper Trans, LLC Androstrans, LLC Maxpasa, Jolly Alone Hotel, ANTRIM, Zentrum Apartments Hotel, Radisson Blue Leogrand Hotel, in order to determine the necessary qualification of a specialist in the field of marketing and to identify the need for knowledge, skills and competences to be ensured through the implementation of the Master Program.

Quarterly, master's students are questioned about the quality and relevance of the taught content. The questionnaires are processed by the quality manager of the department, are discussed during the departmental meetings and the faculty council and are taken into consideration at the time of the contents elaboration for the next year of admission. Also, the opinions of the practice partners with regard to the skills developed by the program are analyzed and taken into consideration, when the master's students complete their internship.

5. Relevance of the study program to the labor market. is distinguished from the objectives that are set in the Tourism Development Strategy "Tourism 2030", where are specified the necessity of Moldovan tourism industry employee's formation. Master Program *"Management and Marketing of Hotels and Tourism"* is the result of the TEMPUS LMPH Project. The project highlighted the needs of the real economy in the hotel and tourism sector, following the investigation and interviewing over 500 professionals from the field, who have stipulated the need for generic and specific competencies that employee must own after finishing the master program.

6. Employment opportunities for graduates; correlated with CORM and ESCO. The master's program graduates will be able to work in collective accommodation structures such as hotels, touristic agencies, motels, agro touristic pensions and guesthouses occupying various positions in the hierarchical level of accommodation.

According to the Occupational Classifier from Republic of Moldova, the graduates of this program can activate as: 141101 Tourist reception structure administrator; 141102 Bar manager/managers (in the hotel); 141103 Brewery manager/managers (in the hotel); 141104 Bottle directory/directories; 141105 Director/directories bungalow; 141106 Camping director/directories; 141107 Director/directors of the accommodation complex; 141108 Hotel complex director/directors; 141109 Winery director/directors (in the hotel); 141110 Hotel director/directors; 141111 Motel director/directories; 141112 Director/directors of tourist boarding house; 141113 Hotel restaurant manager; 141114 Director/directors of tourist reception (reception) structure; 141115 Summer camp director/directors; 141116 Leisure unit manager/directors; 141117 Balneo-climatic unit director/directors; 141118 Tourist villa director/directors; 141119 Manager (boss/boss) in hotel activity; 141120 Head of the tourist reception (reception) structure; 141201 Director (head)/directors (head) catering department; 141202 Cafe director/directors; 141203 Director/directories of confectionery, pastry; 141204 Restaurant director/directors; 141205 Director/directors of public catering unit; 141206 Manager/managers of fast-food type unit; 141207 Restaurant manager; 141208 Head of laboratory in

public food.

Typical occupations according to ESCO: 1411 – Hotel unit managers; 1431.2 – Leisure and recreational activities unit manager; 1439.8 – Travel agency manager; 2310.1 – Research assistant in higher education; 2310.1 – University teaching assistant; 2659 – Creative artists and performers not classified under previous major groups; 2659.4 – Tourism activity animator / Tourism activity hostess.

7. Access to further studies for holders of diplomas obtained after completing the respective study program.

The graduates of the master program that obtained the title – Master in Economic Science have the following opportunities to continue their studies:

Doctoral school - ISCED level 8, in one of the following specialties:

- Doctoral school – level 8 ISCED, at one of the following specialties:

a) 521.01 - Economic theory and economic policies;
b) 521.02. Global economy; International Economic Relations;
c) 521.03. Economics and management in the field of activity;
d) 521.04 Marketing and Logistics.

- Lifelong continuous training programs.

8. General and professional competencies ensured by the study program (list).

This program aims to develop professional competencies in the field of Marketing. The curriculum focuses on general, socio-human, fundamental, and specialized disciplines, developing both general and specific professional competencies.

The General Competencies (sectoral/transsectoral) (CG) developed in the program are:

GC1. Applying advanced research techniques to conduct market studies
GC2. Establishing effective and empathetic relationships with clients
GC3. Strategically implementing national and international regulations and standards in the tourism and hospitality industry
GC4. Designing new and innovative tourism products and services tailored to diverse customer needs
GC5. Developing strategies for integrating the norms and principles of sustainable economy ensuring environmental and social compliance
GC6. Implementing quality management systems in tourism and hospitality
GC7. Conducting scientific research and integrating it into the teaching process.

In alignment with the National Qualifications Framework (CNC), through discussions in the Quality Assurance Commission meetings and communication with labor market representatives, graduates, academic staff, and students, the following professional competencies (CP) have been established:

PC1. Developing concepts for organizing tourism activities adapted to the diversity of national and international markets
PC2. Designing development policies for tourism entities in the context of efficient resource utilization
PC3. Implementing innovative tourism products and services aligned with national and international trends
PC4. Promoting new tourism products and services using integrated marketing strategies and tactics
PC5. Integrating quality standards and sustainable practices into tourism operations tailored to the expectations of different customer segments
PC6. Adapting operational strategies for hotels and other accommodation units to the diversity of national and international markets through service personalization
PC7. Organizing events within accommodation units to enhance visibility and profitability
PC8. Analyzing financial reports to implement strategies aimed at increasing the profitability of hospitality entities
PC9. Implementing marketing and sales strategies to attract and retain customers
PC10. Effectively addressing and resolving customer complaints in the hospitality industry.

9. List of learning outcomes. In alignment with the National Qualifications Framework (CNC), through discussions in Quality Assurance Commission meetings and communication with labor market

representatives, graduates, academic staff, and students, the following learning outcomes have been established:

1. Utilize advanced qualitative and quantitative research techniques to conduct market studies in the tourism and hospitality industry.
2. Communicate effectively and empathetically with clients, using their feedback to ensure a positive and personalized experience.
3. Strategically implement national and international regulations and standards in the tourism and hospitality industry, ensuring compliance and quality of services provided.
4. Create new and innovative tourism products and services, ensuring the satisfaction of clients' diverse requirements.
5. Develop strategies for integrating sustainable economy norms and principles, ensuring ecological and social compliance in the tourism and hospitality industry.
6. Efficiently apply quality management systems in tourism and hospitality, ensuring customer satisfaction and continuous improvement of services provided.
7. Implement the results of scientific research in teaching activities in accordance with new trends in the national and/or international educational system.
8. Develop innovative tourism activities and strategies adapted to the diversity and complexity of national and international markets.
9. Formulate development policies for tourism entities, ensuring the efficient use of economic resources.
10. Develop strategies to stimulate innovation and entrepreneurship in the tourism industry.
11. Develop action plans for the implementation of innovative tourism products and services to maintain market competitiveness.
12. Promote new tourism products and services using integrated marketing strategies and tactics, ensuring their visibility and success in the market.
13. Plan the implementation algorithm of tourism programs by integrating quality standards into tourism activities.
14. Promote responsible tourism to conserve the environment, respect local cultures, and improve the tourist experience.
15. Adapt operational strategies for various accommodation structures by personalizing services in the context of diverse demand.
16. Organize events by developing partnerships to create a positive image of accommodation structures.
17. Analyze financial reports to develop efficient strategies for increasing the profitability of hotel entities.
18. Formulate marketing strategies to attract and retain customers, using market analysis, segmentation, product positioning, and communication campaigns.
19. Develop personalized sales strategies using negotiation techniques and customer relationship management to increase conversions and customer loyalty.
20. Efficiently resolve customer complaints using communication and problem-solving techniques to ensure customer satisfaction and loyalty.

ПОЯСНИТЕЛЬНОЕ ПРИМЕЧАНИЕ

1. Краткое представление профиля магистерской программы, а также области профессиональной подготовки и общего направления обучения.

Профиль специализации магистерской программы «Менеджмент и маркетинг в гостиничном деле и туризме» соответствует фундаментальной области науки, культуры и техники – 10 Услуги; общей области обучения – 101 Публичные услуги. Магистерская программа разработана в соответствии с Номенклатурой областей профессиональной подготовки и специальностей в высшем образовании, утверждённым Постановлением Правительства № 482 от 28 июня 2017 года, а также с Типовым учебным планом для высшего образования бакалавриат (лиценциат (цикл I), мастерат (цикл II) и интегрированные программы, утверждённым приказом МЕССМ № 120 от 10.02.2020.

Продолжительность обучения – 2 года очной формы обучения

Учебные кредиты – 120 кредитов ECTS, 1 кредит ECTS = 30 часов

Форма обучения – очная форма обучения

2. Цели образовательной программы, включая их соответствие миссии университета, а также согласование программы обучения и содержания учебного плана с международными тенденциями в данной области.

Цель магистерской программы «Менеджмент и маркетинг в гостиничном деле и туризме» заключается в формировании компетенций в государственном и частном секторах посредством подготовки специалистов в области гостиничных услуг и туризма, а также в создании исследовательского ядра, в рамках которого мастеранты, в сотрудничестве со специалистами в данной области, будут изучать дисциплины учебного плана и определять приоритеты на последующие годы. Существенной характеристикой магистерской программы является ориентация на совершенствование стандартов разработки учебных планов и методов преподавания, подготовка преподавателей, вовлечённых в программу, на основе моделей учебных планов университетов-партнёров проекта TEMPUS LMPH, а также академическая поддержка зарубежных преподавателей при разработке и совершенствовании учебных планов и курсовых программ. Выпускники программы подготовлены к предпринимательской деятельности в индустрии туризма и гостиничных услуг.

Задачами магистерской программы «Менеджмент и маркетинг в гостиничном деле и туризме» являются:

• обеспечение мастерантов высоким уровнем специализированных знаний и понимания, формирование высоких компетенций, позволяющих интегрировать знания для обеспечения комплексности управленческой и маркетинговой деятельности в индустрии туризма, а также формулировать аргументы и представлять выводы профессиональному сообществу;

• развитие способности к самостоятельной и/или командной работе, а также креативного подхода к анализу и решению сложных задач в сфере гостиничной индустрии и туризма с использованием стратегических, аналитических и технических навыков и принятием ответственности за принятые решения;

• стимулирование теоретического и практического интереса мастерантов к развитию гостиничных предприятий с точки зрения структуры востребованных услуг, а также программ научно-исследовательской и инновационной деятельности, необходимых для создания новых услуг, с акцентом на использование интерактивных методов;

• применение информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности, использование методов и техник анализа рынка гостиничных услуг;

• формирование способности разрабатывать и реализовывать туристические проекты с целью максимизации эффективности туристической деятельности;

• развитие критического мышления посредством использования и последовательной интерпретации теорий и моделей в области управления и маркетинга в туризме;

• формирование и развитие продвинутых навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности и эффективного использования информации.

Данные цели соответствуют миссии Государственного Университета Молдовы, вытекают из необходимости подготовки специалистов в области «Менеджмент и маркетинг в гостиничном деле и туризме» и соотносятся со следующими стратегическими институциональными документами: Стратегический план, Стратегия исследований и инноваций, Институциональный стратегический план интернационализации.

3. Оценка ожиданий экономического и социального сектора (изучение требований Национальной Рамки Квалификаций, а также Европейской; анализ должностных инструкций в организациях – потенциальных работодателях, оценка рынка с использованием метода анкетирования и др.).

При разработке образовательной программы были учтены лучшие европейские практики, касающиеся содержания образовательного предложения, которые были интегрированы в программу посредством включения соответствующих учебных модулей с целью обеспечения сопоставимости программ и взаимной академической мобильности. Кроме того, содержание

учебного плана согласовано с международными туристическими тенденциями стран-членов ЕС-28, представленными в отчётах Всемирной Туристической Организации и агентств Организации Объединённых Наций, ориентированными на продвижение ответственного, устойчивого и универсально доступного туризма с использованием информационных технологий, а также направленными на достижение целей, основанных на расширении и диверсификации стратегического туризма и распространении управленческого опыта в данной сфере.

С целью проведения качественных и релевантных исследований в реальной среде был реализован ряд мероприятий, результаты которых отражают потребности и тенденции рынка труда в области «Менеджмент и маркетинг в гостиничном деле и туризме».

4. Консультирование партнёров в процессе разработки образовательной программы (работодатели, преподаватели, выпускники, студенты и др.).

На уровне факультета в состав Комиссии по Обеспечению Качества включён по одному представителю рынка труда для каждой области профессиональной подготовки. В рамках рабочих заседаний Комиссии обсуждаются содержание учебного плана, типы заданий для самостоятельной работы, методы проведения практических занятий, а также согласованность учебных модулей по преподаваемым дисциплинам и другие вопросы.

Были проанализированы должностные инструкции следующих потенциальных работодателей: SRL Gold Travel, SRL Sakura Tur, SRL Pro Ilicris, SRL Prosper Trans, SRL Androstrans, SRL Maxpasa, отель Jolly Alon, ANTRIM, Zentrum Apartments Hotel, Radisson Blu Leogrand Hotel — с целью определения необходимой квалификации специалиста в области индустрии туризма и выявления требуемых знаний, умений и компетенций, которые должны быть сформированы в рамках реализации магистерской программы.

Каждый семестр мастеранты проходят анкетирование относительно качества и релевантности преподаваемых дисциплин. Результаты анкетирования обрабатываются ответственным за качество на уровне кафедры, обсуждаются на заседаниях кафедры и совета факультета и учитываются при разработке содержания учебных дисциплин на следующий учебный год. Кроме того, анализируются и принимаются во внимание мнения партнёров по практике относительно сформированных компетенций, когда мастеранты проходят производственную практику.

5. Актуальность образовательной программы для рынка труда определяется целями, установленными в проекте Стратегии Национального Развития Туризма до 2030 года, в котором подчёркивается необходимость подготовки кадров для туристической индустрии Республики Молдова.

Магистерская программа «Менеджмент и маркетинг в гостиничном деле и туризме» является результатом проекта TEMPUS LMPH. В рамках проекта были выявлены потребности реальной экономики в секторе гостиничного бизнеса и туризма на основе проведённого исследования, включавшего анкетирование и интервьюирование более 500 специалистов отрасли, которые определили перечень общих и профессиональных компетенций, необходимых выпускнику магистерской программы.

6. Возможности трудоустройства выпускников; в контексте CORM и ESCO.

Выпускник данной магистерской программы может работать в структурах размещения, а именно в гостиницах и туристических агентствах, мотелях, туристических и агротуристических пансионатах, гостевых домах, занимая различные должности на разных уровнях иерархии средств размещения.

В соответствии с Классификатором профессий Республики Молдова выпускники данной программы могут работать в следующих должностях: 141101 Администратор структуры приёма (рецепции) туристов; 141102 Директор бара (в гостинице); 141103 Директор пивного бара (в гостинице); 141104 Директор ботеля; 141105 Директор бунгало; 141106 Директор кемпинга; 141107 Директор комплекса размещения; 141108 Директор гостиничного комплекса; 141109 Директор винного погреба (в гостинице); 141110 Директор гостиницы; 141111 Директор мотеля; 141112 Директор туристического пансионата; 141113 Директор гостиничного ресторана; 141114 Директор структуры приёма (рецепции) туристов; 141115 Директор летнего лагеря; 141116 Директор учреждения досуга; 141117 Директор бальнеоклиматического учреждения; 141118

Директор туристической виллы; 141119 Менеджер (руководитель) в гостиничной деятельности; 141120 Руководитель службы приёма (рецепции) туристов; 141201 Директор (руководитель) кейтерингового подразделения; 141202 Директор кафе; 141203 Директор кондитерской/пекарни; 141204 Директор ресторана; 141205 Директор предприятия общественного питания; 141206 Директор предприятия быстрого питания (fast-food); 141207 Менеджер (руководитель) ресторана; 141208 Руководитель лаборатории в сфере общественного питания.

Типичные профессии согласно ESCO: 1411 – Руководители гостиничных предприятий; 1431.2 – Менеджер учреждения досуга и рекреационной деятельности; 1439.8 – Менеджер туристического агентства; 2310.1 – Научный ассистент в высшем образовании; 2310.1 – Ассистент в университете; 2659 – Деятели искусства и актёры, не классифицированные в предыдущих базовых группах; 2659.4 – Аниматор туристической деятельности.

7. Доступ к обучению для обладателей дипломов, полученных по завершении данной образовательной программы.

Выпускники магистерской программы, получившие степень «Магистр в области публичных услуг», имеют следующие возможности продолжения обучения:

• Докторантура – уровень 8 ISCED, по одной из следующих специальностей:

a) 521.01 – Экономическая теория и экономическая политика;

b) 521.02 – Мировая экономика; международные экономические отношения;

c) 521.03 – Экономика и менеджмент в сфере деятельности;

d) 521.04 – Маркетинг и логистика.

• Программы непрерывного образования (обучение на протяжении всей жизни).

8. Общие и профессиональные компетенции, формируемые образовательной программой.

Данная программа направлена на развитие профессиональных компетенций в области маркетинга. Учебный план включает дисциплины общего, социально-гуманитарного, фундаментального и специализированного характера, обеспечивая формирование как общих, так и специфических профессиональных компетенций.

Общие (секторальные/транссекторальные) компетенции (CG), формируемые в рамках программы, включают:

CG1. Использование продвинутых исследовательских методов для проведения маркетинговых исследований

CG2. Эффективное и эмпатичное взаимодействие с клиентами

CG3. Стратегическое внедрение национальных и международных нормативов и стандартов в индустрии туризма и гостеприимства

CG4. Создание новых и инновационных туристических продуктов и услуг, адаптированных к разнообразным требованиям клиентов

CG5. Разработка стратегий интеграции норм и принципов устойчивой экономики, обеспечивающих экологическую и социальную соответствие

CG6. Внедрение систем управления качеством в туризме и гостеприимстве

CG7. Проведение научных исследований и их интеграция в учебный процесс

В соответствии с НРК, на основе обсуждений в рамках заседаний Комиссии по обеспечению качества и взаимодействия с представителями рынка труда, выпускниками, академическим персоналом и студентами были определены следующие **профессиональные компетенции (CP):**

CP1. Разработка концепции организации туристической деятельности с учетом разнообразия национального и международного рынка

CP2. Разработка политик развития туристических организаций в контексте эффективного использования ресурсов

CP3. Внедрение инновационных туристических продуктов и услуг в соответствии с национальными и международными тенденциями

CP4. Продвижение новых туристических продуктов и услуг с использованием стратегий и тактик интегрированного маркетинга

СР5. Интеграция стандартов качества и устойчивых практик в туристические операции с учетом ожиданий различных сегментов клиентов

СР6. Адаптация операционных стратегий для гостиниц и других средств размещения к разнообразию национального и международного рынка путем персонализации услуг

СР7. Организация мероприятий в средствах размещения для повышения их узнаваемости и прибыльности

СР8. Анализ финансовых отчетов с целью реализации стратегий повышения рентабельности гостиничных предприятий

СР9. Реализация стратегий маркетинга и продаж для привлечения и удержания клиентов

СР10. Эффективное рассмотрение и разрешение жалоб клиентов в гостиничной индустрии.

В соответствии с НРК, на основе обсуждений в рамках заседаний Комиссии по обеспечению качества и взаимодействия с представителями рынка труда, выпускниками, академическим персоналом и студентами были определены следующие **результаты обучения:**

1. Использовать продвинутые качественные и количественные методы исследования для проведения маркетинговых исследований в индустрии туризма и гостеприимства.
2. Эффективно и эмпатично взаимодействовать с клиентами, используя их обратную связь для обеспечения позитивного и персонализированного опыта.
3. Стратегически внедрять национальные и международные нормы и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства, обеспечивая соответствие и качество предоставляемых услуг.
4. Создавать новые и инновационные туристические продукты и услуги, обеспечивая удовлетворение разнообразных требований клиентов.
5. Разрабатывать стратегии интеграции норм и принципов устойчивой экономики, обеспечивая экологическую и социальную ответственность в индустрии туризма и гостеприимства.
6. Эффективно применять системы управления качеством в туризме и гостеприимстве, обеспечивая удовлетворённость клиентов и непрерывное совершенствование предоставляемых услуг.
7. Внедрять результаты научных исследований в учебную деятельность в соответствии с новыми тенденциями национальной и/или международной образовательной системы.
8. Разрабатывать инновационные туристические виды деятельности и стратегии, адаптированные к разнообразию и сложности национального и международного рынка.
9. Разрабатывать политики развития туристических организаций, обеспечивая эффективное использование экономических ресурсов.
10. Разрабатывать стратегии стимулирования инноваций и предпринимательства в индустрии туризма.
11. Разрабатывать планы действий по внедрению инновационных туристических продуктов и услуг с целью поддержания конкурентоспособности на рынке.
12. Продвигать новые туристические продукты и услуги с использованием стратегий и тактик интегрированного маркетинга, обеспечивая их видимость и успех на рынке.
13. Планировать алгоритм реализации туристических программ с интеграцией стандартов качества в туристическую деятельность.
14. Продвигать ответственный туризм с целью сохранения окружающей среды, уважения к местным культурам и улучшения туристического опыта.
15. Адаптировать операционные стратегии для различных средств размещения туристического назначения посредством персонализации услуг с учётом разнообразия спроса.
16. Организовывать мероприятия через развитие партнёрств в целях формирования положительного имиджа средств размещения туристического назначения.
17. Анализировать финансовые отчёты для разработки эффективных стратегий повышения рентабельности гостиничных предприятий.
18. Разрабатывать маркетинговые стратегии для привлечения и удержания клиентов, используя анализ рынка, сегментацию, позиционирование продуктов и коммуникационные кампании.

19. Разрабатывать персонализированные стратегии продаж, используя техники переговоров и управления взаимоотношениями с клиентами для повышения конверсии и лояльности клиентов.

20. Эффективно разрешать жалобы клиентов, используя техники коммуникации и решения проблем для обеспечения удовлетворённости и лояльности клиентов.

LISTA COMPETENȚELOR ȘI A REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII

Competențe generale și profesionale	**Rezultate ale învățării conform nivelului CNC**
	Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:
CG1. Utilizarea tehnicilor de cercetare avansate pentru a efectua studii de piață	1. utiliza tehnici de cercetare calitative și cantitative avansate în vederea luării deciziilor manageriale în contextul dinamic al industriei turismului și ospitalității
CG2. Relaționarea eficientă și empatică în relația cu clienții	2. comunica eficient și empatic cu clienții utilizând feedback-ul acestora pentru asigurarea unei experiențe pozitive și personalizate
CG3. Implementarea strategică a reglementărilor și standardelor naționale și internaționale în industria turismului și ospitalității	3. implementa strategic reglementările și standardele naționale și internaționale în industria turismului și ospitalității, asigurând conformitatea și calitatea serviciilor oferite
CG4. Crearea de produse și servicii turistice noi și inovatoare adaptate cerințelor diversificate ale clienților	4. crea produse și servicii turistice noi și inovatoare, asigurând satisfacția cerințelor diversificate ale clienților
CG5. Elaborarea de strategii privind integrarea normelor și principiilor economiei sustenabile care asigură conformitatea ecologică și socială	5. elabora strategii de integrare a normelor și principiilor economiei sustenabile, asigurând conformitatea ecologică și socială în industria turismului și ospitalitate
CG6. Implementarea sistemelor de management al calității în turism și ospitalitate	6. aplica eficient sisteme de management al calității în turism și ospitalitate, asigurând satisfacția clienților și îmbunătățirea continuă a serviciilor oferite
CG7. Realizarea cercetărilor științifice și implementarea acestora în activitatea didactică	7. implementa rezultatele cercetărilor științifice în activitatea didactică în conformitate cu noile tendințe ale sistemului educațional național și/sau internațional
CP1. Dezvoltarea concepției de desfășurare a activităților turistice ajustate diversității pieței naționale și internaționale	8. dezvolta activități turistice inovatoare și strategii adaptate diversității și complexității pieței naționale și internaționale
CP2. Elaborarea de politici de dezvoltare a entităților turistice în contextul utilizării eficiente a resurselor	9. elabora politici de dezvoltare a entităților turistice, asigurând utilizarea eficientă a resurselor economice
CP3. Implementarea de produse și servicii turistice inovative în contextul alinierii tendințelor naționale și internaționale	10. dezvolta strategii pentru a stimula inovația și antreprenoriatul în industria turismului; 11. dezvolta planuri de acțiuni privind implementarea produselor și servicii turistice inovative în vederea menținerii competitivității pe piață
CP4. Promovarea noilor produse și servicii turistice utilizând strategii și tactici de marketing integrat	12. promova noile produse și servicii turistice utilizând strategii și tactici de marketing integrat, asigurând vizibilitatea și succesul acestora pe piață
CP5. Integrarea standardelor de calitate și practicilor sustenabile în operațiunile turistice adaptate la așteptările specifice ale diferitelor segmente de clienți	13. planifica algoritmul de implementare a programelor turistice prin integrarea standardelor de calitate în activitatea turistică 14. promovarea turismului responsabil în vederea conservării mediului, respectul pentru culturile locale și îmbunătățirea experienței turistice

CP6. Adaptarea strategiilor operaționale pentru hoteluri și alte unități de cazare la diversitatea pieței naționale și internaționale prin personalizarea serviciilor	15. adapta strategiile operaționale pentru diferite structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare, prin personalizarea serviciilor în contextul diversității cererii
CP7. Organizarea evenimentelor în unitățile de cazare pentru creșterea vizibilității și a profitabilității	16. organiza evenimente prin dezvoltarea de parteneriate în contextul creării imaginii pozitive a structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare.
CP8. Analiza rapoartelor financiare în vederea implementării strategiilor de creștere a rentabilității entităților hoteliere	17. analiza rapoartelor financiare pentru a dezvolta strategii eficiente de creștere a rentabilității entităților hoteliere
CP9. Implementarea strategiilor de marketing și vânzări pentru atragerea și reținerea clienților	18. elabora strategii de marketing pentru atragerea și fidelizarea clienților, utilizând analiza pieței, segmentarea, poziționarea produselor și campanii de comunicare 19. dezvolta strategii de vânzări personalizate, utilizând tehnici de negociere și management al relațiilor cu clienții pentru a crește conversiile și loialitatea clienților
CP10. Abordarea și rezolvarea eficientă a reclamațiilor clienților în industria hotelieră	20. rezolva eficient reclamațiile clienților, utilizând tehnici de comunicare și soluționare a problemelor pentru a asigura satisfacția și loialitatea clienților

LIST OF COMPETENCIES AND LEARNING OUTCOMES

General and Professional Competencies	Learning Outcomes (according to NQF level)
	The graduate/candidate for the award of the qualification will be able to:
CG1. Use of advanced research methods for conducting marketing studies	1. Use advanced qualitative and quantitative research methods to support managerial decision-making in the dynamic context of the tourism and hospitality industry
CG2. Effective and empathetic communication in client interaction	2. Communicate effectively and empathetically with clients, using their feedback to ensure a positive and personalized experience
CG3. Strategic implementation of national and international regulations and standards in tourism and hospitality	3. Strategically implement national and international regulations and standards in the tourism and hospitality industry, ensuring compliance and service quality
CG4. Creation of new and innovative tourism products and services adapted to diverse customer needs	4. Develop new and innovative tourism products and services, taking into account the diverse needs of customers
CG5. Development of strategies for integrating sustainable economy principles ensuring ecological and social responsibility	5. Develop strategies for integrating sustainable economy principles, ensuring ecological and social responsibility in the tourism and hospitality industry
CG6. Implementation of quality management systems in tourism and hospitality	6. Efficiently apply quality management systems in tourism and hospitality, ensuring customer satisfaction and continuous improvement of services
CG7. Conducting scientific research and integrating it into teaching activities	7. Implement the results of scientific research in teaching activities in line with new trends in the national and/or international education system
CP1. Development of tourism activity concepts adapted to the diversity of national and international markets	8. Develop innovative tourism products and strategies adapted to the diversity and complexity of national and international markets
CP2. Development of policies for tourism entities under efficient resource use	9. Develop development policies for tourism entities, ensuring efficient use of economic resources

CP3. Implementation of innovative tourism products and services aligned with national and international trends	10. Develop strategies to stimulate innovation and entrepreneurship in the tourism industry 11. Develop action plans for implementing innovative tourism products and services to maintain market competitiveness
CP4. Promotion of new tourism products and services using integrated marketing strategies and tactics	12. Promote new tourism products and services using integrated marketing strategies and tactics, ensuring their visibility and market success
CP5. Integration of quality standards and sustainable practices in tourism activities adapted to customer segments	13. Plan the implementation algorithm of tourism programs by integrating quality standards into tourism activities 14. Promote responsible tourism to support environmental protection, respect for local cultures, and enhancement of tourist experience
CP6. Adaptation of operational strategies for accommodation units through service personalization	15. Adapt operational strategies for different tourist accommodation facilities through service personalization considering diverse market demand
CP7. Organization of events in accommodation units to enhance visibility and profitability	16. Organize events through partnership development to create a positive image of tourist accommodation facilities
CP8. Analysis of financial reports to improve profitability of hotel entities	17. Analyze financial reports to develop effective strategies for increasing profitability of hotel entities
CP9. Implementation of marketing and sales strategies to attract and retain customers	18. Develop marketing strategies to attract and retain customers using market analysis, segmentation, product positioning, and communication campaigns 19. Develop personalized sales strategies using negotiation techniques and customer relationship management to increase conversion and customer loyalty
CP10. Effective handling and resolution of customer complaints in hospitality	20. Effectively resolve customer complaints using communication and problem-solving techniques to ensure customer satisfaction and loyalty

ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Общие и профессиональные компетенции	**Результаты обучения в соответствии с уровнем НРК**
	После получения квалификации выпускник/ кандидат может:
CG1. Использование передовых исследовательских методов для проведения маркетинговых исследований	1. Использовать современные качественные и количественные методы исследования для принятия управленческих решений в динамичном контексте индустрии туризма и гостеприимства
CG2. Эффективная и эмпатическая коммуникация во взаимодействии с клиентами	2. Эффективно и эмпатично взаимодействовать с клиентами, используя их обратную связь для обеспечения позитивного и персонализированного опыта
CG3. Стратегическое внедрение национальных и международных нормативов и стандартов в индустрии туризма и гостеприимства	3. Стратегически внедрять национальные и международные нормы и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства, обеспечивая соответствие и качество предоставляемых услуг
CG4. Создание новых и инновационных туристических продуктов и услуг, адаптированных к разнообразным требованиям клиентов	4. Разрабатывать новые и инновационные туристические продукты и услуги с учётом разнообразных потребностей клиентов
CG5. Разработка стратегий интеграции норм и принципов устойчивой экономики, обеспечивающих экологическую и социальную	5. Разрабатывать стратегии интеграции норм и принципов устойчивой экономики, обеспечивая экологическую и социальную ответственность в индустрии туризма и гостеприимства

ответственность	
CG6. Внедрение систем управления качеством в туризме и гостеприимстве	6. Эффективно применять системы управления качеством в туризме и гостеприимстве, обеспечивая удовлетворённость клиентов и непрерывное совершенствование предоставляемых услуг
CG7. Проведение научных исследований и их внедрение в учебную деятельность	7. Внедрять результаты научных исследований в учебную деятельность в соответствии с новыми тенденциями национальной и/или международной образовательной системы
CP1. Разработка концепции осуществления туристической деятельности с учётом разнообразия национального и международного рынка	8. Разрабатывать инновационные туристические продукты и стратегии, адаптированные к разнообразию и сложности национального и международного рынка
CP2. Разработка политики развития туристических организаций в условиях эффективного использования ресурсов	9. Разрабатывать политики развития туристических организаций, обеспечивая эффективное использование экономических ресурсов
CP3. Внедрение инновационных туристических продуктов и услуг в контексте соответствия национальным и международным тенденциям	10. Разрабатывать стратегии стимулирования инноваций и предпринимательства в индустрии туризма 11. Разрабатывать планы действий по внедрению инновационных туристических продуктов и услуг с целью поддержания конкурентоспособности на рынке
CP4. Продвижение новых туристических продуктов и услуг с использованием стратегий и тактик интегрированного маркетинга	12. Продвигать новые туристические продукты и услуги с использованием стратегий и тактик интегрированного маркетинга, обеспечивая их видимость и успех на рынке
CP5. Интеграция стандартов качества и практик устойчивого развития в туристическую деятельность с учётом специфических ожиданий различных сегментов клиентов	13. Планировать алгоритм реализации туристических программ с интеграцией стандартов качества в туристическую деятельность 14. Продвигать ответственный туризм с целью сохранения окружающей среды, уважения к местным культурам и улучшения туристического опыта
CP6. Адаптация операционных стратегий для гостиниц и других средств размещения к разнообразию национального и международного рынка посредством персонализации услуг	15. Адаптировать операционные стратегии для различных средств размещения туристического назначения посредством персонализации услуг с учётом разнообразия спроса
CP7. Организация мероприятий в средствах размещения с целью повышения их узнаваемости и прибыльности	16. Организовывать мероприятия через развитие партнёрств в целях формирования положительного имиджа средств размещения туристического назначения
CP8. Анализ финансовых отчётов с целью разработки и внедрения стратегий повышения рентабельности гостиничных предприятий	17 Анализировать финансовые отчёты для разработки эффективных стратегий повышения рентабельности гостиничных предприятий

СР9. Реализация маркетинговых и сбытовых стратегий для привлечения и удержания клиентов	18. Разрабатывать маркетинговые стратегии для привлечения и удержания клиентов, используя анализ рынка, сегментацию, позиционирование продуктов и коммуникационные кампании 19. Разрабатывать персонализированные стратегии продаж, используя техники переговоров и управления взаимоотношениями с клиентами для повышения конверсии и лояльности клиентов
СР10. Эффективное рассмотрение и разрешение жалоб клиентов в гостиничной индустрии	20. Эффективно разрешать жалобы клиентов, используя техники коммуникации и решения проблем для обеспечения удовлетворённости и лояльности клиентов

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

CORRELATION MATRIX OF THE LEARNING RESULTS, FORMED WITHIN THE PROGRAM WITH THOSE OF THE COURSE UNITS / MODULES

МАТРИЦА КОРРЕЛЯЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, ПОЛУЧЕННЫХ В РАМКАХ ПРОГРАММЫ, С РЕЗУЛЬТАТАМИ УЧЕБНЫХ ЕДИНИЦ / МОДУЛЕЙ

Denumirea unității de curs/modulului *Course unit/module name* *Наименование учебной единицы/ Модуля*	**Codul unității de curs** *Course unit code* *Код учебной дисциплины*	**Nr. de credite de studii** *Nr. of study credits* *Количество учебных кредитов*	**Competențe** *Competence* *Компетенции*																			
			Generale *General* *Общие*							**Profesionale** *Professional* *Профессиональные*												
			1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**			
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC *Learning outcomes according to the NQF level (National Qualifications Framework)* *Результаты обучения в соответствии с уровнем НРК (Национальной рамки квалификаций)*																			
			1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**	**19**	**20**
Management în ospitalitate şi turism *Hospitality and Tourism Management* *Менеджмент в гостиничном деле и туризме*	F.O.01	6					2			2							2					
Forme moderne de turism *Modern forms of tourism* *Современные формы туризма*	F.O.02	6				3					3											
Politici de marketing în ospitalitate și turism *Marketing policies in tourism and hospitality* *Маркетинговая политика в гостиничном деле и туризме*	F.O.03	6	0,86									0,86	0,86	0,86						0,86	0,86	0,86
Standarde de calitate și sustenabilitate în turism și ospitalitate *Quality and sustainable standards in tourism and hospitality* *Стандарты качества и устойчивого развития в туризме и гостиничном деле*	F.O.04	6				1,2	1,2	1,2							1,2	1,2						
Tehnici cantitative si calitative in turism si servicii hoteliere *Quantitative and qualitative techniques in tourism and hospitality services*	F.O.06	5	2,5														2,5					

Количественные и качественные техники в туризме и гостиничных услугах																						
Designul Cercetării și Responsabilitate Etică în Serviciile Hoteliere și de Turism *Research Design and Ethical Responsibility in Hospitality and Tourism Services* *Дизайн исследования и этическая ответственность в гостиничных и туристических услугах*	S.O.16	4							4													
Strategii de parteneriat și rețele în turism (Proiect de semestru) *Partnership strategies and networks in tourism (Semester Project)* *Стратегии партнёрства и сетевого взаимодействия в туризме (семестровый проект)*	S.O.05	6				0,67	0,67			0,67		0,67	0,67	0,67						0,67	0,67	0,67
Comunicare, promovare și vânzare în turism *Communication, sales and promotion in tourism* *Коммуникации, продажи и продвижение в туризме*	S.O.09	6		3										3								
Managementul proiectelor în servicii și turism *Project management in services and tourism* *Управление проектами в сфере услуг и туризме*	S.O.14	5			0,83	0,83	0,83				0,83									0,83	0,83	
Turism cultural și MICE (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions) *Cultural tourism and MICE* *Культурный туризм и MICE (встречи, поощрительные поездки, конференции и выставки)*	S.O.15	4													2	2						
Managementul financiar în turism și ospitalitate *Financial management of tourism and hospitality* *Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном деле*	S.A.07	6					1,5				1,5						1,5		1,5			

Contabilitate și control managerial în industria hotelieră și turism *Accounting and managerial control in the hotel and tourism industry* *Бухгалтерский учёт и управленческий контроль в гостиничной индустрии и туризме*	S.A.08										2									2	2	
Sisteme informaţionale în servicii hoteliere şi turism *Information systems in hotel and tourism services* *Информационные системы в гостиничных услугах и туризме*	S.A.10	6									3						3					
Tendințe tehnologice și inteligență artificială în turism *Technological trends and Artificial Intelligence in tourism* *Технологические тренды и искусственный интеллект в туризме*	S.A.11						1,5			1,5			1,5					1,5				
Organizații de management al destinațiilor turistice *Management organizations of tourist destinations* *Организации по управлению туристическими дестинациями*	S.A.12	5					1,25			1,25					1,25	1,25						
Managementul operațiunilor hoteliere *Hotel operations management* *Управление гостиничными операциями*	S.A.13						2,5				2,5											
Practica de specialitate *Specialty internship* *Практика по специальности*	SP.O.17	12	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Practica de cercetare *Research internship* *Исследовательская практика*		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 master *Master Thesis* *Магистерская работа*		24	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2