

Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova
Ministry of Education and Research of the Republic of Moldova
Universitatea de Stat din Moldova
Moldova State University

COORDONAT
COORDINATED BY

Ministerul Educației
și Cercetării al Republicii Moldova
*Ministry of Education and
Research of the Republic of Moldova*

Nr./no _____
din/date _____

APROBAT
APPROVED

La ședința Senatului USM/ *MSU SENATE*

Proces verbal nr./minute no. 11
din/date 28.09.2023

Rector/Rector _____



PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
STUDY PLAN
pentru ciclul I, studii superioare de licență
Cycle I, Licence Degree

Nivelul calificării conform ISCED – 6

Level of Qualification, 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

Title awarded – Bachelor of Economics

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

Access Requirements – Baccalaureate Diploma, Diploma of Professional Studies or an equivalent academic certificate

Limba de instruire – română, rusă, engleză, franceză

Language of Instruction – Romanian, Russian, English, French

Forma de organizare a învățământului – cu frecvență

Mode of Study – full time

Înregistrat/Registered with
Agenția Națională de Asigurare a Calității în Educație și Cercetare
*National Agency for Quality Assurance in
Education and Research*

nr./no. _____
din/date _____

RESPONSABIL DE PROGRAM

Programme Coordinator:

Şef Departament

Head of Department

dr., conf. univ./ PHD, Associate professor

Bulat

Veronica Bulat,

Aprobat/Approved by:

Departamentul Economie, Marketing şi Turism

Economy, Marketing and Tourism Department

Proces verbal nr. 12 din 23.03.2023

Minutes no. _____

APROBAT:

Approved by :

Preşedintele Consiliului Calităţii USM

MSU Quality Assurance

Proces verbal nr. _____

Minutes no. _____

din 27.03.2023



[Signature]

APROBAT:

Approved by:

Preşedintele Consiliului Facultăţii Ştiinţe

Economice

Head of the Faculty Council of the Faculty

Economic Sciences

Maria Hamuraru

dr., conf. univ./ PHD

Associate professor



Proces verbal nr. _____

Minutes no. _____

din 27.03.2023

Calendarul universitar
Academic Calendar

Anul de studii <i>Academic Year</i>	Termene (date calendaristice exprimate în luni) și durată (număr de săptămâni)								
	Activități didactice <i>Didactic Activities</i>		Sesiuni de examinare <i>Exams</i>		Stagii de practică <i>Internship</i>		Vacanțe <i>Vacations</i>		
	Sem.I <i>1st Semester</i>	Sem.II <i>2nd Semester</i>	Sem.I <i>1st Semester</i>	Sem.II <i>2nd Semester</i>	Sem.I <i>1st Semester</i>	Sem.II <i>2nd Semester</i>	Iarnă <i>Winter</i>	Primăvară <i>Spring</i>	Vară <i>Summer</i>
Anul I 2023-2024	01.09-14.12.2023 <i>15 săptămâni</i>	29.01-18.05.2024 <i>15 săptămâni</i>	15.12-23.12.2023 09.01-27.01.2024 <i>4 săptămâni</i>	20.05-08.06.2024 <i>3 săptămâni</i>			25.12.2023-08.01.2024 <i>2 săptămâni</i>	05.05-13.05.2024 Paște <i>1 săptămână</i>	01.07-31.08.2024 <i>9 săptămâni</i>
Anul II 2024-2025	02.09-14.12.2024 <i>15 săptămâni</i>	27.01-03.05.2025 <i>13 săptămâni</i>	16.12-24.12.2024 09.01-25.01.2025 <i>4 săptămâni</i>	05.05-24.05.2025 <i>3 săptămâni</i>	23.09-30.11.2024 Practica de inițiere în specialitate <i>4 săptămâni</i>	26.05-21.06.2025 Practica de specialitate I <i>4 săptămâni</i>	25.12.2024-08.01.2025 <i>2 săptămâni</i>	20.04-28.04.2025 Paște <i>1 săptămână</i>	01.07-31.08.2025 <i>9 săptămâni</i>
Anul III 2025-2026	01.09-13.12.2025 <i>15 săptămâni</i>	12.01-28.02.2026 <i>7 săptămâni</i>	15.12-31.12.2025 <i>2 săptămâni</i>	02.03-14.03.2026 <i>2 săptămâni</i>		16.03-11.04.2026 21.04-02.05.2026 Practica de specialitate II <i>6 săptămâni</i> 04.05-30.05.2026 Practica de cercetare <i>4 săptămâni</i>	01.01-10.01.2026 <i>2 săptămâni</i>	12.04-20.04.2026 Paște <i>1 săptămână</i>	
Total nr. săpt.	45	35	10	8		14	6	3	18

PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE/ANI DE STUDII
STUDY PROCESS PLAN FOR SEMESTERS / YEARS OF STUDIES

Cod/ Code	Denumirea unității de curs/modulului Course/ Module	Număr de ore Number of Hours			Numărul de ore pe tipuri de activități/ Number of hours by types of activities			Forma de evaluare Assessment	Număr ECTS ECTS Credits
		Total Total	Contact direct Contact Hours	Studiu individual Independent Work	Curs Course	Seminar Seminar	Practice/Laborator Laboratories		
ANUL I 1st year									
SEMESTRUL I 1st Semester									
F.01.O.01	Matematica economică Economic mathematics	180	75	105	30	45		E	6
F.01.O.02	Teorie economică I Economic theory I*	180	75	105	30	45		E	6
F.01.O.03	Monedă și credit Currency and credit	120	60	60	30	30		E	4
F.01.O.04	Bazele contabilității Accounting bases	150	90	60	30	60		E	5
F.01.O.05	Dreptul afacerilor Business law	150	60	90	30	30		E	5
G.01.O.06	Tehnologii informaționale de comunicare Information technologies of communication	120	60	60			60	E	4
G.01.O.07	Educație fizică Physical Education	15	15	0		15		col.	
TOTAL SEM. I Total 1st Semester		915	435	480	150	225	60		30

SEMESTER II 2 nd Semester									
F.02.O.08	Statistica Economică <i>Economic statistic</i>	150	60	90	30	30		E	5
F.02.O.09	Teorie economică II <i>Economic theory II</i>	180	75	105	30	45		E	6
F.02.O.10	Marketing <i>Marketing</i>	150	90	60	30	60		E	5
F.02.O.11	Management <i>Management</i>	150	75	75	30	45		E	5
G.02.O.12	Limba străină în afaceri* <i>Foreign business language *</i>	120	60	60			60	E	4
U.02.A.13	Sociologie <i>Sociology</i>	150	60	90	30	30		E	5
U.02.A.14	Filozofie <i>Philosophy</i>								
U.02.A.15	Politologie <i>Politology</i>								
U.02.A.16	Instituțiile juridico-statale din Republica Moldova <i>Legal-State Institutions of the Republic of Moldova</i>								
G.02.O.17	Educație fizică <i>Physical Education</i>	15	15			15		col	
Total Sem. II <i>Total 2nd Semester</i>		915	435	480	150	225	60		30
Total Anul I <i>Total number for the 1st year of study</i>		1830	870	960	300	450	120		60
Anul II Second Year									
Semestrul III 3 rd Semester									
F.03.O.18	Finanțe <i>Finance</i>	150	75	75	30	45		E	5
S.03.A.19	Economia Europeană și integrarea economică <i>European economy and economic integration</i>	150	60	90	30	30		E	5
S.03.A.20	Comerț electronic <i>E-commerce</i>								
S.03.O.21	Logistica <i>Logistics</i>	150	90	60	30	60		E	5
S.03.O.22	Comportamentul consumatorilor <i>Consumer behavior</i>	120	60	60	30	30		E	4
S.03.O.23	Cercetări de marketing <i>Marketing researches</i>	150	75	75	30	30	15	E	5
U.03.A.24	Istoria culturii și civilizației europene <i>History of european culture and civilization</i>	120	60	60	30	30		E	4
U.03.A.25	Psihologie <i>Psychology</i>								
U.03.A.26	Integrare europeană <i>European Integration</i>								
U.03.A.27	Cultura comunicării interpersonale și organizaționale <i>The culture of interpersonal and organizational communication</i>								
U.03.A.28	Etica și estetica <i>Ethics and aestehics</i>								
G.03.O.29	Educație fizică <i>Physical Education</i>	15	15			15		col	
	Practica de inițiere în specialitate <i>Practice of initiation in specialty</i>	60		60				E	2

Total Sem. III <i>Total 3rd Semester</i>		915	435	480	180	240	15		30
Semestrul IV 4th Semester									
S.04.O.30	Analiza activității economico-financiare <i>Analysis of economic and financial activity</i>	120	52	68	26	26		E	4
S.04.O.31	Marketingul serviciilor <i>Marketing of services</i>	150	78	72	26	52		E	5
S.04.A.32	Marketing industrial <i>Industrial Marketing</i>	120	52	68	26	26		E	4
S.04.A.33	Fiscalitate <i>Taxation</i>								
S.04.O.34	Logistica stocurilor <i>Stock logistics</i>	150	65	85	26	39		E	5
S.04.A.35	Merchandising și forța de vânzare <i>Merchandising and sales force</i>	120	65	55	26	39		E	4
S.04.A.36	Antreprenoriat sustenabil <i>Sustainable entrepreneurship</i>								
S.04.O.37	Achiziții <i>Acquisitions</i>	120	52	68	26	26		E	4
G.04.O.38	Educație fizică <i>Physical Education</i>	13	13			13		col	
	Practica de specialitate I <i>Specialty practice I</i>	120		120				E	4
Total Sem. IV <i>Total 4th Semester</i>		913	377	536	156	221	0		30
Total Anul II <i>Total number for the 2nd year of study</i>		1828	812	1016	336	461	15		60
Anul III 3rd Year									
Semestrul V 5th Semester									
S.05.O.39	Marketing strategic <i>Strategic Marketing</i>	150	75	75	30	45		E	5
S.05.O.40	Comunicare și tehnici promoționale <i>Communication and promotional techniques</i>	150	75	75	30	30	15	E	5
S.05.A.41	Negocieri de afaceri în marketing <i>Business negotiations in marketing</i>								
S.05.A.42	Merceologia și expertiza mărfurilor <i>Goods merchandising and expertise</i>	150	75	75	30	45		E	5
S.05.O.43	Logistica comerțului exterior <i>Logistics of foreign commerce</i>	120	60	60	30	30		E	4
S.05.O.44	Logistica transportului <i>Transport logistics</i>	120	60	60	30	30		E	4
S.05.O.45	Sisteme informaționale în Marketing și logistică <i>Information systems in Marketing and logistics</i>	150	75	75		30	45	E	5
S.05.O.46	Proiect de cercetare <i>Research project</i>	60		60				E	2
Total Sem. V <i>Total 5th Semester</i>		900	420	480	150	210	60		30
Semestrul VI 6th Semester									
S.06.O.47	Leadership și managementul resurselor umane	120	56	64	28	28		E	4

	<i>Leadership and Human Resource Management</i>								
S.06.O.48	Marketing inovațional <i>Innovative marketing</i>	120	56	64	28	28		E	4
S.06.A.49	Strategii și metode de preț <i>Strategies and price methods</i>								
S.06.A.50	Marketing direct <i>Direct marketing</i>	90	42	48	28	28		E	3
G.06.O.51	Etica profesională <i>Professional ethics</i>	60	28	32	14	14		E	2
	Practica de specialitate II <i>Specialty practice II</i>	180		180				E	6
	Practica de cercetare <i>Research practice</i>	180		180				Ev.	6
	Teza de licență <i>Bachelor's thesis</i>	150		150				E	5
Total Sem. VI <i>Total 6th Semester</i>		900	182	718	98	98	0	0	30
Total Anul III <i>Total number for the 3rd year of study</i>		1800	602	1198	248	308	60	0	60
TOTAL <i>TOTAL</i>		5458*	2284	3174	884	1219	195	0	180

*Nota: limba engleză/franceză

*Note: english language/french

* Inclusive Educația fizică 58 ore, 0 credite

LIMBA ROMÂNĂ PENTRU ALOLINGVI
ROMANIAN LANGUAGE FOR SPEAKERS OF OTHER LANGUAGES

Cod/ Code	Denumirea unității de curs/modulului <i>Course/ Module</i>	Număr de ore <i>Number of Hours</i>			Numărul de ore pe tipuri de activități/ <i>Number of hours by types of activities</i>			Forma de evaluare <i>Assessment</i>	Număr ECTS <i>ECTS Credits</i>
		Total <i>Total</i>	Contact direct <i>Contact Hours</i>	Studiu individual <i>Independent Work</i>	Curs <i>Course</i>	Seminar <i>Seminar</i>	Practice/Laborator <i>Laboratories</i>		
G.01.O.52	Limba română de comunicare <i>Communicational Romanian language</i>	120	60	60	0		60	E	4
G.02.O.53	Limba română de comunicare <i>Communicational Romanian language</i>	120	60	60	0		60	E	4
	TOTAL	240	120	120			120		8

FORMA DE EVALUARE FINALĂ A PROGRAMULUI DE STUDII
FINAL EVALUATION

Nr. d/o	Forma de evaluare finală a studiilor <i>Form of final evaluation of the studies</i>	Termene de organizare <i>Period</i>	Număr de credite/ <i>Number of Credits</i>
1.	Teza de licență <i>Bachelor's thesis</i>	Iunie <i>June</i>	5

STAGIILE DE PRACTICĂ
INTERNSHIPS

Nr. d/o	Tipul stagiului de practică <i>The internships</i>	An de studii <i>Year</i>	Sem. Sem	Durata Times		Perioada <i>Period</i>	Număr ECTS <i>ECTS Credits</i>
				Săptămâni <i>Weeks</i>	Ore <i>Hours</i>		
1	Practica de inițiere în specialitate <i>Internship of initiation in specialty</i>	II	III	2	60	Pe parcursul semestrului/ <i>During the semester</i>	2
2	Practica de specialitate I <i>Internship in specialty I</i>	II	IV	4	120	mai, iunie <i>May, June</i>	4
3	Practica de specialitate II <i>Internship in specialty I</i>	III	VI	6	180	martie, aprilie <i>March, April</i>	6
4	Practica de cercetare <i>Research internship</i>	III	VI	4	180	Mai <i>May</i>	6
Total				16	540		18

UNITĂȚI DE CURS/MODULELE LA LIBERA ALEGERE
COURSE UNITS / FREE CHOICE MODULES

Cod/ Code	Denumirea unității de curs/modulului Course/ Module	Număr de ore Number of Hours			Numărul de ore pe tipuri de activități/ Number of hours by types of activities			Forma de evaluare Assessment	Număr ECTS ECTS Credits
		Total Total	Contact direct Contact Hours	Studiu individual Independent Work	Curs Course	Seminar Seminar	Practice/Laborator Laboratories		
Anul I 1 st Year									
G.01.LA.54	Limba Italiană/Engleză/Franceză/Germană Italian, English, French, German	120	60	60			60	E	4
G.02.LA.55	Limba Italiană/Engleză/Franceză/Germană Italian, English, French, German	120	60	60			60	E	4
G.01.LA.56	Protecția civilă Civil protection	60	15	45	15			E	2
Anul II 2 nd Year									
S.03.LA.57	Managementul schimbărilor Managing of changes	120	60	60	30	30		E	4
S.04.LA.58	Servicii publice Public services	120	60	60	30	30		E	4
Anul III 3 rd Year									
S.05.LA.59	Logistica serviciilor Logistics of services	120	60	60	30	30		E	4
	TOTAL	660	315	345	105	90	120		22

MINIM-UL CURRICULAR ÎNȚĂL, DE ORIENTARE CĂTRE ALT DOMENIU
CURRICULAR PREREQUISITE, ORIENTATION TO ANOTHER FIELD

Cod/ Code	Denumirea unității de curs/modulului <i>Course/ Module</i>	Număr de ore <i>Number of Hours</i>	Numărul de ore pe tipuri de activități/ <i>Number of hours by types of activities</i>	Forma de evaluare <i>Assessment</i>	ECTS <i>ECTS</i>
--------------	---	--	--	--	---------------------

		Total Total	Contact direct Contact Hours	Studiu individual Independent Work	Curs Course	Seminar Seminar	Practice/Laborator Laboratories		
F.01.O.02	Teorie economică <i>Economic Theory</i>	180	90	90	30	60		E	6
F.01.O.03	Monedă și credit <i>Money and Credit</i>	120	60	60	30	30		E	4
F.01.O.04	Bazele contabilității <i>Basics in Accounting</i>	150	90	60	30	60		E	5
F.02.O.11	Management <i>Management</i>	150	75	75	30	45		E	5
F.03.O.18	Finanțe <i>Finance</i>	150	75	75	30	45		E	5
F.02.O.11	Marketing <i>Marketing</i>	150	90	60	30	60		E	5
	Total	900	480	420	180	300			30

**MATRICEA CORELĂRII FINALITĂȚILOR DE STUDIU ȘI A COMPETENȚELOR FORMATE ÎN
CADRUL PROGRAMULUI CU CELE ALE UNITĂȚILOR DE CURS/MODULELOR**
**CORRELATION MATRIX OF THE STUDY FINALITIES AND OF THE COMPETENCIES FORMED WITHIN THE
PROGRAM WITH THOSE OF THE COURSE UNITS / MODULES**

Modulul/disciplina <i>Module/Cours</i>	Codul disciplinei	Nr. credite ECTS/ Number of ECTS credits	Finalități de studii și competențe/ Competences					
			C1	C2	C3	C4	C5	C6
Matematica economică <i>Economic mathematics</i>	F.01.O. 01	6	✓	✓				
Teorie economică I <i>Economic theory I</i>	F.01.O.02	6	✓	✓				
Monedă și credit <i>Currency and credit</i>	F.01.O.03	4	✓				✓	
Bazele contabilității <i>Accounting bases</i>	F.01.O.04	5	✓	✓				
Dreptul afacerilor <i>Business law</i>	F.01.O.05	5	✓					✓
Tehnologii informaționale de comunicare <i>Information technologies of communication</i>	G.01.O.06	4	✓	✓				
Educație fizică <i>Physical Education</i>	G.01.O.07							
Statistica Economică <i>Economic statistic</i>	F.02.O.08	5	✓	✓				
Teorie economică II <i>Economic theory II</i>	F.02.O.09	6	✓	✓				
Marketing <i>Marketing</i>	F.02.O.10	5	✓	✓	✓			
Management <i>Management</i>	F.02.O.11	5	✓		✓		✓	
Limba străină de afaceri* <i>Foreign business language *</i>	G.02.O.12	4	✓	✓				

Modulul/disciplina <i>Module/Cours</i>	Codul disciplinei	Nr. credite ECTS/ <i>Number of ECTS credits</i>	Finalități de studii și competențe/ <i>Competences</i>					
			C1	C2	C3	C4	C5	C6
Sociologie <i>Sociology</i>	U.02.A.13	5	✓					
Filozofie <i>Philosophy</i>	U.02.A.14	5	✓					
Politologie <i>Politology</i>	U.02.A.15	5	✓					
Instituțiile juridico-statale din Republica Moldova <i>Legal-State Institutions of the Republic of Moldova</i>	U.02.A.16	5	✓					
Educație fizică <i>Physical Education</i>	G.02.O.17							
Finanțe <i>Finance</i>	F.03.O.18	5	✓	✓		✓		
Economia Europeană și integrarea economică <i>European economy and economic integration</i>	S.03.A.19	5	✓	✓				
Comerț electronic <i>E-commerce</i>	S.03.A.20	5	✓	✓				
Logistica <i>Logistics</i>	S.03.O.21	5	✓		✓		✓	
Comportamentul consumatorilor <i>Consumer behavior</i>	S.03.O.22	4	✓	✓				✓
Cercetări de marketing <i>Marketing researches</i>	S.03.O.23	5	✓	✓	✓			
Istoria culturii și civilizației <i>History of culture and civilization</i>	U.03.A.24	4	✓					
Psihologie <i>Psychology</i>	U.03.A.25	4	✓					
Integrare europeană <i>European Integration</i>	U.03.A.26	4	✓					
Cultura comunicării interpersonale și organizaționale <i>The culture of interpersonal and organizational communication</i>	U.03.A.27	4	✓					
Etica și estetica <i>Ethics and aesthetics</i>	U.03.A.28	4	✓					
Educație fizică <i>Physical Education</i>	G.03.O.29							
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>	S.04.O.30	4	✓	✓				
Marketingul serviciilor <i>Marketing of services</i>	S.04.O.31	5	✓	✓			✓	
Marketing industrial <i>Industrial Marketing</i>	S.04.A.32	4	✓	✓			✓	
Fiscalitate <i>Taxation</i>	S.04.A.33	4	✓	✓			✓	
Logistica stocurilor <i>Stock logistics</i>	S.04.O.34	5	✓				✓	
Merchandising și forța de vânzare <i>Merchandising and sales force</i>	S.04.A.35	4				✓	✓	
Antreprenoriat sustenabil <i>Sustainable antreprenorship</i>	S.04.A.36	4	✓		✓			✓

Modulul/disciplina <i>Module/Cours</i>	Codul disciplinei	Nr. credite ECTS/ <i>Number of ECTS credits</i>	Finalități de studii și competențe/ <i>Competences</i>					
			C1	C2	C3	C4	C5	C6
Achiziții <i>Acquisitions</i>	S.04.O.37	4	✓			✓	✓	
Educație fizică <i>Physical Education</i>	G.04.O.38							
Practica de specialitate I <i>Specialty practice I</i>		4	✓	✓		✓	✓	✓
Marketing strategic <i>Strategic Marketing</i>	S.05.O.39	5	✓		✓		✓	
Comunicare și tehnici promoționale <i>Communication and promotional techniques</i>	S.05.O.40	5		✓		✓		✓
Negocieri de afaceri în marketing <i>Business negotiations in marketing</i>	S.05.A.41	5		✓		✓		✓
Merceologia și expertiza mărfurilor <i>Goods merchandising and expertise</i>	S.05.A.42	5	✓				✓	
Logistica comerțului exterior <i>Logistics of foreign commerce</i>	S.05.O.43	4	✓			✓		
Logistica transportului <i>Transport logistics</i>	S.05.O.44	4	✓			✓		
Sisteme informaționale în Marketing și logistică <i>Information systems in Marketing and logistics</i>	S.05.O.45	5		✓			✓	✓
Proiect de cercetare <i>Research project</i>	S.05.O.46	2	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Leadership și managementul resurselor umane <i>Leadership and Human Resource Management</i>	S.06.O.47	4	✓				✓	✓
Marketing inovațional <i>Innovative marketing</i>	S.06.O.48	4	✓		✓		✓	
Strategii și metode de preț <i>Strategies and price methods</i>	S.06.A.49	3			✓			✓
Marketing direct <i>Direct marketing</i>	S.06.A.50	3		✓		✓		
Etica profesională <i>Professional ethics</i>	G.06.O.51	2	✓					✓
Practica de specialitate II <i>Specialty practice II</i>		6	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Practica de cercetare <i>Research practice</i>		6	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Teza de licență <i>Bachelor thesis</i>		5	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Limba română de comunicare <i>Communicational Romanian language</i>	G.01.O.52 G.02.O.53	4 4	✓					

*Nota: limba engleză/franceză

*Note: english language/french

Competențe profesionale specifice:

C1. Cunoașterea conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de marketing și logistică în entitățile private și publice;

C2. Culegerea, analiza și interpretarea de date și informații referitoare la problemele pieței în raport cu schimbările mediului de marketing;

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.

NOTĂ EXPLICATIVĂ

1. Descrierea programului de studii. Profilul specialității Programului de studii – 0414.1 Marketing și logistică corespunde domeniului fundamental al științei, culturii și tehnicii - 04 Științe sociale; domeniului general de studii - 041 Științe economice; domeniul de formare profesională – 0414 Marketing. Programul 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 - 3 ani învățământ cu frecvență

Credite de studiu - 180 credite ECTS, 1 Credit ECTS - 30 ore

Forma de organizare - Învățământ cu frecvență

2. Cunoștințele, abilitățile și competențele 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 dezvoltate în program sunt:

1. Cunoașterea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale științei economice în raport cu problemele teoretice și practice tipice;
2. Utilizarea metodelor, instrumentelor și tehnicilor de cercetare economică în contextul elaborării de proiecte, rapoarte, previziuni și alte demersuri profesionale;
3. Interpretarea informației economice și reglementărilor în domeniu, utilizând aparatul metodologic cantitativ și calitativ în contextul luării deciziilor economice;
4. Organizarea eficientă a activității economice în condiții de autonomie și în echipă;
5. Proiectarea unui comportament rațional și eficient al producătorului/ întreprinzătorului/ consumatorului adecvat situațiilor tipice economiei de piață;
6. Evaluarea economică, financiară, managerială, normativă a elementelor mecanismului pieței în raport cu utilizarea rațională a resurselor financiare, materiale, informaționale și umane.

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 specifice:

- C1. Cunoașterea conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de marketing și logistică în entitățile private și publice;
- C2. Culegerea, analiza și interpretarea de date și informații referitoare la problemele pieței în raport cu schimbările mediului de marketing;
- 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.

3. Obiectivele programului de studiu inclusiv corespunderea acestora misiunii universității.

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.

Obiectivele programului de studiu Marketing și logistică 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 corespund misiunii Universității de Stat din Moldova și sunt corelate cu documentele strategice instituționale: Planul Strategic, Strategia de cercetare și inovare, Plan strategic instituțional de internaționalizare.

4. Racordarea programului de studiu și a conținuturilor din planul de învățământ la tendințele internaționale din domeniu. La elaborarea programului de studiu s-au luat în considerare 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 internaționale din domeniu: poziționarea marketingului ca factor determinant în economia digitală.

În prezent, Marketingul reprezintă imperativul categoric al transformării pe baza unei noi paradigme: *marketing holistic*. Noua paradigmă combină ceea ce are mai bun marketingul tradițional cu noile posibilități pe care le are tehnologia digitală. Marketingul holistic presupune: marketing relațional, marketing intern, marketing integrat și marketingul receptivității sociale. Prin urmare, la elaborarea conținuturilor educaționale la programul Marketing și Logistică au fost incluse noi discipline, dar și conținutul celorlalte au fost racordate la aceste tendințe.

5. Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social. Procesul de consultare la ciclul I are loc în cadrul perfecționării programului de studii, în cadrul organizării practicii de producție și de licență (forma acordurilor corespunzătoare), în timpul susținerii examenului de licență (forma participativă).

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

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 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: Cricova S.A., SRL Volta, SRL Telemar, SRL Dulcinella, SRL Wine International Project, SRL Ergo-Enterprises, în vederea determinării calificării necesare a unui specialist din domeniul marketingului și identificării necesarului de cunoștințe, abilități și competențe ce vor fi asigurate prin realizarea planului de studiu.

7. Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă. Piețele se schimbă repede, dar și tehnologiile pe care se sprijină acestea, sunt în continuă dezvoltare. Creșterea și diversificarea ofertei, mai ales în domeniul serviciilor de marketing, schimbările în structura demografică, precum și apariția unui nou tip de consumator, mai exigent, mai informat, obligă entitățile economice să găsească noi modalități de a atrage clienții și a-i păstra. 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. Gradul de noutate și relevanța prezentului program rezidă în faptul că activitatea de marketing ajută entitățile economice în crearea de valoare prin bună înțelegere a nevoilor clienților săi și oferindu-le produse și servicii inovatoare.

8. Posibilitățile de angajare a absolvenților. Absolvenții programului Marketing și logistică sunt pregătiți: să demonstreze abilități cognitive în domeniul marketingului și logisticii, să demonstreze abilități de inițiere a afacerilor în domeniile activității de marketing; să asigure desfășurarea activităților în conformitate cu cadrul normativ național și internațional; să adopte decizii optime în activitatea de marketing și logistică; să comunice eficient rezultatele activității; să elaboreze și să coordoneze realizarea proiectelor din domeniul marketingului, aprovizionărilor, vânzărilor; să propună soluții la diverse probleme din domeniul marketingului, aprovizionărilor, vânzărilor etc.

În conformitate cu Clasificatorul ocupațiilor din Republica Moldova, absolvenții acestui program pot activa în calitate de:

- 243101 Analist/analistă în publicitate și marketing
- 243102 Analist/analistă studii de piață
- 243103 Brand manager de produs

243104 Copywriter (textier/textieră) publicitate
 243105 Manager în publicitate și marketing
 243106 Merchandiser
 243107 Planificator/planificatoare media
 243108 Social media manager
 243109 Specialist/specialistă în achiziționarea spațiului publicitar
 243110 Specialist/specialistă în marketing (marketolog/marketologă)
 243111 Specialist/specialistă în prețuri
 243112 Specialist/specialistă în publicitate
 243113 Specialist/specialistă marketing în rețea
 243114 Telemarketolog
 432302 Agent/agentă de predare a mărfurilor la punctul de frontieră
 432303 Agent/agentă de verificare a încărcăturilor și bagajelor
 432304 Agent/agentă în transporturi
 432311 Coordonator/coordonatoare operațiuni de transport de pasageri
 432312 Diriginte/dirigintă oficiu transporturi
 432313 Dispecer în transporturi
 432314 Expeditor-logistician/expeditoare-logisticiană în transporturi
 432315 Funcționar/funcționară documente expediție, documentație tarifară și documente de transport

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

Absolvenții programului de studii, care au obținut titlul – *Licențiat în Științe economice* au următoarele oportunități de continuare a studiilor:

- Programe de master – nivelul 7 ISCED în domeniul Studii în marketing;
- Programe de master – nivelul 7 ISCED în alte domenii cu acumularea minimului curricular;
- Programe de formare continuă pe tot parcursul vieții.

EXPLANATORY NOTE

1. Description of the study program: Specialty's profile of the study program 0414.1 Marketing and Logistics comply with the fundamental domain of science, culture and technology 04 Social Sciences; the general domain of study 041 Economic Sciences; professional formative domain 0414 Marketing The 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 - 3 years of full-time education, 4 years of reduced frequency education.

Study credits - 180 credits ECTS, 1 credit ECTS - 30 hours

Organization form- Full-time education, reduced frequency education

2. The knowledge, skills and competencies provided by the study program This program aims to develop professional skills in the field of Marketing. The study plan is focused on general, socio-human, fundamental and specialized disciplines, developing general and specific professional skills.

The general competences developed in the program are:

1. Knowledge of the basic concepts, theories and methods of public services in relation to typical theoretical and practical problems;
2. The use of economic research methods, tools and techniques in the context of projects, reports, forecasts and other professional approaches development;
3. Interpretation of economic information and regulations in the domain using the quantitative and qualitative methodological mechanism in the context of economic decision-making;
4. The efficient organization of the economical activities under the autonomy and team conditions;
5. Designing a rational and efficient behaviour of the manufacturer/entrepreneur/customer appropriate to the typical situations of market economy;
6. Economic, financial, managerial, regulatory assessment of the market mechanism elements according to the rational use of financial, material, information and human resources.

In the correlation with the National Qualifications Framework, but also during the discussions in the working session of the Quality Assurance Commission, communication with the labour market representatives, graduates, academic staff and students, there were established the following **specific 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.

3. The objectives of the study program, including their consistency with the university's mission.

The aim of the bachelor program refers to the future specialist's professional skills formation 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 objectives of the Marketing and Logistic program are:

- the evaluation of contemporary problems regarding the possibility of students personal, intellectual and professional development, for general marketing activities;
- the trends, characteristics and marketing techniques identification in particular, the methods and techniques usage concerning market analysis,

- the provision of technical knowledge and necessary resources for the marketing projects development and elaboration in order to maximize the performance of the company's activity,
- the analyzes, evaluation and solutions provision for complex problems in the field, etc.

These objectives correspond to the mission of the Moldova State University. They are related to the following institutional strategic documents: The Strategic Plan; The Research and Innovation Strategy; The Institutional Strategic Plan for Internationalization.

4. Connection of the study program and educational content to international trends in the activity domain. 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 trends in the field of: marketing positioning as a key driver in the digital economy.

Today, marketing is the absolute imperative of transformation on the basis of a new paradigm: *holistic marketing*. The new paradigm combines the best of traditional marketing with the new possibilities that digital technology has. Holistic marketing involves: relational marketing, internal marketing, integrated marketing and social responsiveness marketing. Therefore, in the elaboration of the educational contents in the Marketing and Logistics program new disciplines were included, but also the content of the others was linked to these tendencies.

5. Evaluation of the economic and social sector's expectations.

The consultation process at Cycle I take place within the framework of the study program improvement within the organization of the production and licensing practice (the form of the corresponding agreements), during the bachelor's examination (the participatory form) and the elaboration of study programs at employers ordering. An effective method of employer's collaboration is to evaluate the practical skills of graduates on the study case solving proposed to the graduates by employers. An effective method of collaboration with employers is to evaluate students' practical skills based on the case scenarios that are proposed by employers.

6. Partner's consultation during the study program preparation.

In order to achieve qualitative and relevant studies in the real environment, a series of activities were carried out, that reflect the needs and trends in the Marketing and Logistic labour market. 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.

The job descriptions of the following potential employers: Cricova J.S.C., LLC Volta, Hotel Berd's, LLC Telemar, LLC Dulcinella, LLC Wine International Project, LLC Ergo-Enterprises were analyzed, 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 study plan.

7. The relevance of the study program for the labour market. Markets are changing rapidly, but the technologies that support them are constantly developing. Increasing and diversifying the offer, especially in the field of marketing services, changes in the demographic structure, as well as the emergence of a new, more demanding, more informed type of consumer, forces economic entities to find new ways to attract customers and loyal them. 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 novelty and relevance 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.

8. Job opportunities for graduates. Graduates of the Marketing and Logistics are prepared: to demonstrate cognitive skills in the field of marketing and logistics, to demonstrate business start-up skills in the fields of marketing activities; to ensure the activities process in accordance with the national and international normative framework; to make optimal decisions in the marketing and logistics activity; to effectively communicate the results of the activity; to develop and coordinate the implementation of

projects in the field of marketing, supplies, sales; to propose solutions to various problems in the field of marketing, supplies, sales, etc.

According to the Occupational Classifier from Republic of Moldova, the graduates of this program can activate as:

- 243101 Advertising and marketing analyst
- 243102 Market research analyst
- 243103 Brand product manager
- 243104 Copywriter advertising
- 243105 Advertising and Marketing Manager
- 243106 Merchandiser
- 243107 Media planner
- 243108 Social media manager
- 243109 Specialist in the acquisition of advertising space
- 243110 Marketing specialist (marketer)
- 243111 Pricing specialist
- 243112 Advertising specialist
- 243113 Network Marketing Specialist
- 243114 Telemarketologist
- 432302 Border handler
- 432303 Cargo and baggage check agent
- 432304 Transport agent
- 432311 Passenger transport operations coordinator
- 432312 Transport office manager
- 432313 Transport dispatcher
- 432314 Shipper-Logistician / Shipper-Logistician in Transportation
- 432315 Clerk shipping documents, tariff documentation and transport documents

9. Access to studies by holders of diplomas obtained after completion of the study program.

The graduates of the study program who obtained the title– *Graduated in Economic Science* have the following opportunities to continue their studies:

- Master Programs - level 7 ISCED in Marketing Studies
- Master programs - level 7 ISCED in other areas with additional credit accumulation.
- Lifelong continuous training programs.