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. 7SLD-01-[illegible]
din/date 11.06.2025
Ministru/ Minister
_____

APROBAT
APPROVED
La ședința Senatului USM
MSU SENATE
Proces verbal nr./minute no. 11
din/date
Rector/Rector
_____

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

Nivelul calificării conform ISCED/CNC– 6
Level of Qualification, ISCED/CNC – 6

Domeniul general de studii –041 Științe economice
General Field of Study – 041 Economic Sciences

Domeniul de formare profesională –0414 Marketing și publicitate
Professional Training Field – 0414 Marketing and Advertising

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
Основание для поступления - диплом бакалавра, диплом о профессиональном образовании или эквивалентная квалификация

Limba de instruire - română, engleză,
Language of Instruction - Romanian, English

Forma de organizare a învățământului –cu frecvență *dual*
Mode of Study – full-time *dual education*

Înregistrat/Registered with
Agenția Națională de Asigurare a Calității în Educație și Cercetare
National Agency for Quality Assurance inEducation and Research
nr./no.._____
din/date_____

RESPONSABIL DE PROGRAM
Programme Coordinator:

Aprobat/*Approved by:*

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

Proces verbal nr./ *Minutes no.* 9
din/ *date* 08.04.2025

APROBAT:
Approved by :

Președintele Consiliului Calității USM
MSU Quality Assurance

Proces verbal nr./ *Minutes no.* 4
din/ *date* 14.04.25

APROBAT:
Approved by:

Președintele Consiliului Facultății Științe Economice
Head of the Faculty Council of the Faculty Economic Sciences

Maria Hămuraru, _____
dr., conf. univ./ PHD, Associate professor

Proces verbal nr./ *Minutes no.* 9
din/ *date* 16.04.2025

Calendarul universitar

Academic Calendar

Anul de studii *Year of study*	***Activităţi didactice*** *Teaching activities*		***Sesiuni de examene*** *Exam sessions*		***Stagii de practică*** *Internships*	***Vacanţe*** *Holidays*		
	Sem. I *Sem. I*	**Sem. II** *Sem. II*	**Sem. I** *Sem. I*	**Sem. II** *Sem. II*		**Iarnă** *Winter*	**Primăvară** *Spring*	**Vară** *Summer*
Anul I *Year 1*	**septembrie-decembrie** *September-December*	**februarie - mai** *February - May*	**decembrie – ianuarie** *December – January*	**mai - iunie** *May – June*	**Sem. II** *Sem. II*	**ianuarie** *January*	**aprilie** *April*	**iulie-august** *July-August*
Anul II *Year 2*	**septembrie-decembrie** *September-December*	**februarie - aprilie** *February - April*	**decembrie – ianuarie** *December – January*	**aprilie** *April*	**Sem. IV** *Sem. IV*	**ianuarie** *January*	**Mai** *May*	**iulie-august** *July-August*
Anul III *Year 3*	**septembrie-noiembrie** *September-November*	**ianuarie - martie** *January - March*	**noiembrie** *November*	**martie-aprilie** *March- April*	**Sem. V şi VI** *Sem. V& VI*	**ianuarie** *January*	**aprilie** *April*	
Total săptamâni ***Total week***	**40**	**34**	**9**	**8**	**12**	**8**	**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*			**Număr de ore pe tipuri de activități la instituție** *Number of hours by type of activities at the institution*			**Formare profesională la unitate** *Workplace professional training*	**Forma de evaluare** *Assessment*	**Nr. de credite** *ECTS credits*
		Total *Total*	**Contact direct** *Contact Hours*	**Studiu individual** *Independent Study*	**Curs/** *Course*	**Seminar/** *Seminar*	**Laborator/ Practice** *Laboratory/ Practice*			
ANUL I *1st year*										
Semestrul I / *1st semester*										
F.O.01	**Teorie economică I** *Economic Theory I*	120	60	60	30	30			ex.	4
G.O.02	**Limba străină în afaceri (engleză/franceză)** *Foreign business language (English/French)*	150	74	76			74		ex.	5
F.O.03	**Monedă și credit** *Money and credit*	90	46	44	30	16			ex.	3
F.O.04	**Dreptul afacerilor** *Business Law*	90	46	44	30	16			ex.	3
F.O.05	**Management** *Management*	120	60	60	46	14			ex.	4
F.O.06	**Matematica economică** *Economic Mathematics*	120	60	60	30	30			ex.	4
F.O.07	**Statistica economică** *Economic Statistics*	120	60	60	30	30			ex.	4
F.O.08	**Finanțe** *Finance*	90	46	44	30	16			ex.	3
Total semestrul I ***Total Ist semester***		**900**	**452**	**448**	**226**	**152**	**74**			30
G.O.09	**Limba română de comunicare (alolingvi)** *Romanian language of communication (non-native speakers)*	90	46	44			**46**		ex.	
Semestrul II / *2nd semester*										
F.O.10	**Teorie economică II** *Economic Theory II*	120	60	60	30	30			ex.	4
G.O.11	**Tehnologii informationale de comunicare** *Communication Information Technologies*	120	60	60			60		ex.	4
F.O.12	**Bazele contabilității** *Basics in Accounting*	120	60	60	30	30			ex.	4
F.O.13	**Marketing** *Marketing*	120	60	60	30	30			ex.	4
S.O.14	**Comportamentul consumatorilor** *Consumer behavior*	120	60	60	30	30			ex.	4
S.O.15	**Comunicare și tehnici de vorbire în public** *Communication and public speaking techniques*	120	60	60	30	30			ex.	4
S.O.16	**Antreprenoriat sustenabil social european (ODD)** *European Sustainable Social Entrepreneorship (DDO)*	120	60	60	30	30			ex.	4
SP.O.17	**Practica de inițiere în specialitate** *Internship of initiation in specialty*	60						60	ex.	2
Total semestrul II ***Total for 2nd semester***		**900**	**420**	**420**	**180**	**180**	**60**	60		30

Cod *Code*	Denumirea unității de curs/modulului *Course/ Module*	Număr de ore *Number of hours*			Număr de ore pe tipuri de activități la instituție *Number of hours by type of activities at the institution*			Formare profesională la unitate *Workplace professional training*	Forma de evaluare *Assessment*	Nr. de credite *ECTS credits*
		Total *Total*	**Contact direct** *Contact Hours*	**Studiu individual** *Independent Study*	**Curs/** *Course*	**Seminar/** *Seminar*	**Laborator/ Practice** *Laboratory/ Practice*			
G.O.18	**Limba română de comunicare (alolingvi)** *Romanian language of communication (non-native speakers)*	90	46	44			46		ex	
TOTAL ANUL I/ *Total number for the 1st year of study*		**1800**	**872**	**868**	**406**	**332**	**134**	60		60
ANUL II/ *second year*										
Semestrul III / *3rd semester*										
S.O.19	**Cercetări de marketing** *Marketing researches*	150	76	74	30	46			ex.	5
S.O.20	**Logistica** *Logistics*	180	90	90	46	44			ex.	6
S.O.21	**Analiza activității economico- financiare** *Analysis of economic and financial activity*	120	60	60	30	30			ex.	4
S.O.22	**Achiziții** *Acquisitions*	120	60	60	30	30			ex.	4
U.A.23 U.A.24 U.A.25 U.A.26	**Integrare economică europeană** *European economic integration* **Psihologie** *Psychology* **Istoria și cultura civilizației europene** *History and culture of European civilization* **Sociologie** *Sociology*	150	76	74	46	30			ex.	5
S.O.27	**Marketingul serviciilor** *Marketing of services*	180	90	90	46	44			ex.	6
Total semestrul III *Total number for the 3rd semester*		**900**	**452**	**448**	**228**	**224**				**30**
Semestrul IV / *4th semester*										
AM.O.28	**Merchandising și tehnici de vânzare** *Merchandising and sales techniques*	120	30		30			90	ex.	4
S.A.29 S.A.30	**Marketing industrial** *Industrial Marketing* **Logistica stocurilor** *Stock logistics*	120	60		30	30		60	ex.	4
S.O.31	**Marketing strategic** *Strategic Marketing*	120	60		30	30		60	ex.	4
AM.O.32	**Tehnici promoționale (Proiect de an)** *Promotional techniques (Project of the year)*	120	60		30	30		60	ex.	4
AM.O.33	**Optimizarea proceselor de marketing și logistică prin activitate practică** *Optimization of marketing and logistics processes through practical activity*	120						120	ex	4
SP.O.34	**Practica de specialitate** *Speciality Intership*	300						300	ex.	10
Total semestrul IV *Total number for the 4th semester*		900	210		120	90		690		30
TOTAL ANUL II *Total number for the 2nd year of study*		**1800**	**662**	**448**	**348**	**314**		**690**		**60**
ANUL III/ *I3rd year*										
Semestrul V/ *5 th semester*										

Cod *Code*	Denumirea unității de curs/modulului *Course/ Module*	Număr de ore *Number of hours*			Număr de ore pe tipuri de activități la instituție *Number of hours by type of activities at the institution*			Formare profesională la unitate *Workplace professional training*	Forma de evaluare *Assessment*	Nr. de credite *ECTS credits*
		Total *Total*	**Contact direct** *Contact Hours*	**Studiu individual** *Independent Study*	**Curs/** *Course*	**Seminar/** *Seminar*	**Laborator/ Practice** *Laboratory/ Practice*			
AM.O.35	**Negocieri de afaceri în marketing** *Business negotiations in marketing*	120	40		30	10		80	ex.	4
AM.O.36	**Logistica transportului și a comerțului exterior** *Transport and foreign trade logistics*	120	40		30	10		80	ex.	4
AM.A.37 AM.A.38 AM.A.39	**Merceologia și expertiza mărfurilor** *Goods merchandising and expertise* **Tranzacții Internaționale** *International Transactions* **Fiscalitate** *Taxation*	120	40		30	10		80	ex.	4
AM.O.40	**Implementarea soluțiilor de marketing și logistică în întreprindere** *Implementing marketing and logistics solutions in the enterprise*	240						240	ex.	8
SP.O.41	**Practica de integrare profesională** *Professional integration practice*	300						300	ex.	10
Total semestrul V/ *Total number for the 5th semester*		**900**	**120**		**90**	**30**		**780**		30
Semestrul VI */ 6th semester*										
AM.O.42	**Sisteme informaționale în Marketing și logistică** *Information systems in Marketing and logistics*	90						90	ex.	3
AM.O.43	**Marketing digital** *Digital marketing*	90	28		28			62	ex.	3
AM.O.44	**Marketing direct** ***Direct*** *marketing*	90	26		26			64	ex.	3
S.O.45	**Cultura afacerii și etica profesională** *Business culture and professional ethics*	90	26		26			64	ex.	3
AM.A.46 AM.A.47	**Leadership și managementul resurselor umane** *Leadership and Human Resource Management* **Marketing inovațional** *Innovative marketing*	120	28		28			92	ex.	4
SP.O.48	**Practica de cercetare** *Research intership*	150						150	ev.	5
TL.O.49	**Teza de licență** *Bachelor's thesis*	270		270					ex.	9
Total sem. VI *Total number for the 6th semester*		**900**	**108**	**270**	**108**			**522**		**30**
TOTAL ANUL III *Total number for the 3rd year of study*		**1800**	**228**	**270**	**198**	**30**		**1302**		**60**
TOTAL/*Total*		**5400**	**1762**	**1586**	**952**	**676**	**134**	**2052**		**180**

PONDEREA UNITĂȚILOR DE CURS / MODULELOR
THE WEIGHT OF COURSE UNITS / MODULES

Funcția în formarea profesională *The Role in Professional Training*	**Nr. de ore** *Nr. of Hours*	**Număr credite** *ECTS Credits*	**Ponderea, %** *The Weight, %*
Unități de curs/module fundamentale (F) *Fundamental course units/modules (F)*	**1110**	**37**	**20**
Unități de curs/module de specialitate (S) *Professional course units/modules (S)*	**1440**	**48**	**27**
Unități de curs/module de creare a abilităților și competențelor generale (G) *Course units/modules for developing general skills and competencies (G)*	**270**	**9**	**5**
Unități de curs/module de orientare socioumanistică (U) *Socio-humanistic course units/modules (U)*	**150**	**5**	**3**
Activitatea de muncă (AM) *Work Activity (code AM)*	**1350**	**45**	**25**
Stagii de practică (cod SP) *Internships (code SP)*	**810**	**27**	**15**
Teza de licență (cod TL) *Licentiate thesis (code TL)*	**270**	**9**	**5**
TOTAL	**5400**	**180**	**100**

PONDEREA UNITĂȚILOR DE CURS / MODULELOR
THE WEIGHT OF COURSE UNITS / MODULES

Locul formării competențelor profesionale *Place of professional skills development*	**Nr. de ore** *Nr. of Hours*	**Număr credite** *ECTS Credits*	**Ponderea, %** *The Weight, %*
Instituție *Institution*	**3348**	**112**	**62%**
Unitate *Entity*	**2052**	**68**	**38%**
TOTAL	**5400**	**180**	**100**

STAGIILE DE PRACTICĂ
INTERNSHIPS

Cod *Code*	**Tipul stagiului de practică** ***The internships***	**An de studii** *Year*	**Sem.** *Sem*	**Durata** **Times**		**Perioada** ***Period***	**Număr ECTS** ***ECTS Credits***
				Săptămâni ***Weeks***	**Ore** ***Hours***		
SP.O.17	Practica de inițiere în specialitate *Internship of initiation in specialty*	I	II	2	60	mai, iunie *May, June*	2
SP.O.34	Practica de specialitate *Internship in specialty*	II	IV	5	300	mai, iunie *May, June*	10
SP.O.41	Practica de integrare profesională *Professional integration internship*	III	V	5	300	Septembrie, octombrie *September, Octomber*	10
SP.O.47	Practica de cercetare *Research internship*	III	VI	5	150	Aprilie, Mai *April, May*	5
Total				**17**	**810**		**27**

FORMA DE EVALUARE FINALA LA PROGRAMUL DE STUDII
FINAL EVALUATION

Nr. d/o	**Forma de evaluare finală a studiilor** ***Form of final evaluation of the studies***	**Termene de organizare** ***Period***	**Număr de credite/** ***Number of Credits***
1.	Teza de licență *Bachelor's thesis*	Iunie *June*	9

UNITĂȚILE 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 1nd Year								
L.A.50	Limba Italiană/ Engleză/ Franceză/ Germană *Italian, English, French, German*	120	60	60			60	E	4
L.A.51	Limba Italiană/ Engleză/ Franceză/ Germană *Italian, English, French, German*	120	60	60			60	E	4
L.A.52	Protecția civilă *Civil protection*	60	15	45	15			E	2
	Anul II 2nd Year								
L.A.53	Managementul schimbărilor *Managing of changes*	120	60	60	30	30		E	4
L.A.54	Tehnologii și Inovații în Economia Circulară *Technologies and Innovations in Circular Economy*	120	60	60	30	30		E	4
	Anul III 3nd Year								
L.A.55	Logistica serviciilor *Logistics of services*	120	60	60	30	30		E	4
	TOTAL	**660**	**315**	**345**	**105**	**90**	**120**		**22**

MATRICEA CORELĂRII REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII FORMATE ÎN CADRUL PROGRAMULUI CU CELE ALE UNITĂȚILOR DE CURS/MODULELOR

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

Codul unității de curs/modulului *Course/Module Code*	**Denumirea unității de curs/modulului** *Course/Module Title*	**Sem.** *Sem.*	**Nr. de credite de studii** *Number of ECTS Credits*	**Competențe conform standardului de competență** *Competences according to the competence standard*																		
				GC1, GC2		**GC4, CP1**		**CP2**		**GC3, GC5, CP3**					**CP4**	**CP5**	**CP6**	**CP7**		**CP8**		**CP9**		**CP10**
				Rezultate ale învățării (RÎ) *Learning outcomes (LO)*																				
				1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**	**19**	**20**	**21**
F.O.01	**Teorie economică I** *Economic Theory I*	I	4	0,66	0,66	0,66	0,66																	
F.O.03	**Monedă și credit** *Money and credit*	I	3	0,66	0,66	0,66	0,66	0,66	0,66															
F.O.04	**Dreptul afacerilor** *Business Law*	I	3	0,47	0,47	0,47	0,47			0,47	0,47	0,47	0,47	0,47		0,47	0,47							
F.O.05	**Management** *Management*	I	4	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	
F.O.06	**Matematica economică** *Economic Mathematics*	I	4			3	3																	
F.O.07	**Statistica economică** *Economic Statistics*	I	4	1,25	1,25	1,25	1,25																	
F.O.08	**Finanțe** *Finance*	I	3	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
F.O.10	**Teorie economică II** *Economic Theory II*	II	4	0,6	0,6	0,6	0,6																	
F.O.12	**Bazele contabilității** *Basics in Accounting*	II	4	0,71		0,71		0,71								0,71	0,71	0,71				0,71		0,71
F.O.13	**Marketing** *Marketing*	II	4	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24
S.O.14	**Comportamentul consumatorilor** *Consumer behavior*	II	4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3			0,3						
S.O.15	**Comunicare și tehnici de vorbire în public** *Communication and public speaking techniques*	II	4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3			0,3						
S.O.16	**Antreprenoriat sustenabil social european (ODD)** *European Sustainable Social Entrepreneorship (DDO)*	II	4	1				1	1	1														
SP.O.17	**Practica de inițiere în specialitate** *Internship of initiation in specialty*	II	2	0,12	0,12			0,12	0,12	0,12			0,12	0,12	0,12		0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12		
S.O.19	**Cercetări de marketing** *Marketing researches*	III	5	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26			0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26
S.O.20	**Logistica** *Logistics*	III	6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
S.O.21	**Analiza activității economico-financiare** *Analysis of economic and financial activity*	III	4																			1,33	1,33	1,33

S.O.22	**Achiziții** *Acquisitions*	III	4												4									
S.O.27	**Marketingul serviciilor** *Marketing of services*	III	5	0,35	0,35			0,35	0,35	0,35	0,35			0,35	0,35		0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35		
S.O.28	**Merchandising și tehnici de vânzare** *Merchandising and sales techniques*	IV	4														0,66	0,66	0,66	0,66	0,66	0,66		
S.A.29	**Marketing industrial** *Industrial Marketing*	IV	4	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26		0,26	0,26	0,26					
S.A.30	**Logistica stocurilor** *Stock logistics*	IV	4	0,41	0,41	0,41	0,41			0,41	0,41	0,41	0,41	0,41								0,41	0,41	0,41
S.O.31	**Marketing strategic** *Strategic Marketing*	IV	4	0,35	0,35			0,35	0,35	0,35			0,35	0,35	0,35		0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35		
S.O.32	**Tehnici promoționale (Proiect de an)** *Promotional techniques (Project of the year)*	IV	5							0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38		0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38
AM.O.33	**Optimizarea proceselor de marketing și logistică prin activitate practică** *Optimization of marketing and logistics processes through practical activity*	IV	4	0,12	0,12			0,12	0,12	0,12			0,12	0,12	0,12		0,12	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12		
SP.O.34	**Practica de specialitate** *Speciality Intership*	IV	10	0,25	0,25			0,25	0,25	0,25			0,25	0,25	0,25		0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25		
S.O.35	**Negocieri de afaceri în marketing** *Business negotiations in marketing*	V	4					0,5	0,5	0,5	0,5			0,5	0,5		0,5	0,5	0,5			0,5		
S.O.36	**Logistica transportului și a comerțului exterior** *Transport and foreign trade logistics*	V	4	0,33	0,33	0,33	0,33			0,33	0,33	0,33	0,33	0,33								0,33	0,33	0,33
S.A.37	**Merceologia și expertiza mărfurilor** *Goods merchandising and expertise*	V	4	1	1					1	1	1												
S.A.38	**Tranzacții Internaționale** *International Transactions*	V	4	0,33	0,33	0,33	0,33			0,33	0,33	0,33	0,33	0,33								0,33	0,33	0,33
S.A.39	**Fiscalitate** *Taxation*	V	4	0,44	0,44			0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44		0,44									
AM.O.40	**Implementarea soluțiilor de marketing și logistică în întreprindere** *Implementing marketing and logistics solutions in the enterprise*	VI	3	0,25	0,25			0,25	0,25	0,25			0,25	0,25	0,25		0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25		
SP.O.41	**Practica de integrare profesională** *Professional integration internship*	V	10	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29
AM.O.42	**Sisteme informaționale în Marketing și logistică** *Information systems in Marketing and logistics*	VI	3	0,83	0,83	0,83	0,83								0,83	0,83								
S.O.43	**Marketing digital** *Digital marketing*	VI	3			0,43	0,43													0,43	0,43	0,43	0,43	0,43

S.O.44	**Marketing direct** *Direct marketing*	VI	3		0,19	0,19	0,19	0,19	0,19	0,19	0,19	0,19	0,19	0,19		0,19	0,19	0,19	0,19	0,19	0,19			
S.O.45	**Cultura afacerii și etica profesională** *Business culture and professional ethics*	VI	3			0,8	0,8					0,8	0,8								0,8			
S.A.46	**Leadership și managementul resurselor umane** *Leadership and Human Resource Management*	VI	4			0,8	0,8					0,8	0,8								0,8			
S.A.47	**Marketing inovațional** *Innovative marketing*	VI	4		0,29			0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29			0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29		
SP.O.48	**Practica de cercetare** *Research intership*	VI	5	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29
	Teza de licență *Bachelor's thesis*	VI	9	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24	0,24

NOTA EXPLICATIVĂ

Prezentarea succintă a profilului specialității precum și a domeniului de formare profesională și domeniului general 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 și publicitate. Programul este elaborat în corespundere cu Nomenclatorul domeniilor de studii și al specialităților în învățământul superior, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr.412 din 12 iunie 2024 și Plan Cadru pentru studii superioare de licență (ciclul I), de master (ciclul II), și integrate, aprobat prin Ordinul Ministrului Educației și Cercetării nr. 510 din 07.04.2025. Planul de învățământ pentru specialitatea „Marketing și logistică" în forma de învățământ dual a fost elaborat în conformitate cu prevederile Hotărârii Guvernului nr. 944/2014, care aprobă Regulamentul privind organizarea și funcționarea învățământului dual în Republica Moldova. Acest regulament stabilește cadrul normativ pentru implementarea formelor de învățământ dual, asigurând integrarea eficientă a instruirii teoretice cu pregătirea practică în cadrul entităților economice partenere.

Durata studiilor - 3 ani învățământ cu frecvență

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

Forma de organizare - Învățământ cu frecvență

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 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.

Racordarea programului de studii 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.

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.). Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social pentru specialitatea „Marketing și logistică" (forma de învățământ dual) a fost realizată prin raportare la Standardul Național al Calificărilor (nivel 6) și Cadrul European al Calificărilor (EQF/NQF). În analiza cerințelor ocupaționale s-au utilizat fișe de post și clasificări din CORM și ESCO

pentru funcţii precum: specialist în marketing, agent de vânzări, analist de piaţă, logistician şi coordonator achiziţii. Studiul pieţei muncii a fost susţinut prin consultarea datelor furnizate de ANOFM şi Camera de Comerţ şi Industrie, evidenţiindu-se o cerere constantă pentru specialişti cu competenţe practice, pregătiţi să intervină în procesele de planificare logistică, promovare şi distribuţie. Forma dual㠹 de studii răspunde direct acestor aşteptări, facilitând integrarea studenţilor în activitatea reală a companiilor încă din timpul studiilor.

Consultarea partenerilor în procesul de elaborare a programului de studii (angajatori, profesori, absolvenţi, studenţi etc.). În vederea realizării unor studii calitative şi relevante în mediul real au fost realizate o serie de activităţi prin rezultatul cărora sunt reflectate necesităţile şi tendinţele de pe piaţa muncii în domeniul „Marketing şi logistică". La nivel facultate, în cadrul Comisiei de Asigurare a Calităţii este inclus câte un reprezentant al pieţei muncii pentru fiecare domeniu de formare profesională. În cadrul şedinţelor de lucru al Comisiei sunt discutate conţinuturile planului de învăţământ, tipurile de sarcini pentru lucrul individual, metodele de petrecere a lecţiilor practice cât şi corelarea unităţilor de conţinut pentru disciplinele predate şi alte subiecte. Au fost analizate fişele de post a următorilor potenţiali angajatori: Cricova S.A., SRL Volta, SRL Telemar, SRL Dulcinella, SRL Ergo-Enterprises, în vederea determinării calificării necesare a unui specialist din domeniul marketingului şi identificării necesarului de cunoştinţe, abilităţi şi competenţe ce vor fi asigurate prin realizarea planului de studiu.

Relevanţa programului de studii pentru piaţa forţei de muncă. Pieţele se schimbă repede, dar şi tehnologiile pe care se sprijină acestea, sunt în continuă dezvoltare. Creşterea şi diversificarea ofertei, mai ales în domeniul serviciilor de marketing, schimbările în structura demografică, precum şi apariţia unui nou tip de consumator, mai exigent, mai informat, obligă entităţile economice să găsească noi modalităţi de a atrage clienţii şi a-i păstra. În contextul intensificării concurenţei globale, entităţile economice au nevoie de: strategii de marketing, comunicare cu publicul, furnizare şi schimb de valori, menţinerea şi dezvoltarea relaţiilor cu clienţii, satisfacerea nevoilor consumatorilor, cercetarea pieţei, crearea reţelelor de distribuţie, organizarea logisticii mărfurilor şi a transportului. Gradul de noutate şi relevanţa prezentului program rezidă în faptul că activitatea de marketing ajută entităţile economice în crearea de valoare prin bună înţelegere a nevoilor clienţilor săi şi oferindu-le produse şi servicii inovatoare.

Posibilităţile de angajare a absolvenţilor; corelate cu CORM şi ESCO. Absolvenţii programului Marketing şi logistică sunt pregătiţi: să demonstreze abilităţi cognitive în domeniul marketingului şi logisticii, să demonstreze abilităţi de iniţiere a afacerilor în domeniile activităţii de marketing; să asigure desfăşurarea activităţilor în conformitate cu cadrul normativ naţional şi internaţional; să adopte decizii optime în activitatea de marketing şi logistică; să comunice eficient rezultatele activităţii; să elaboreze şi să coordoneze realizarea proiectelor din domeniul marketingului, aprovizionărilor, vânzărilor; să propună soluţii la diverse probleme din domeniul marketingului, aprovizionărilor, vânzărilor etc.
În conformitate cu Clasificatorul ocupaţiilor din Republica Moldova, absolvenţii acestui program pot activa în calitate de: 243101 Analist/analistă în publicitate şi marketing; 243102 Analist/analistă studii de piaţă; 243103 Brand manager de produs; 243104 Copywriter (textier/textieră) publicitate; 243105Manager în publicitate şi marketing; 243106 Merchandiser; 243107 Planificator/planificatoare media; 243108 Social media manager; 243109 Specialist/specialistă în achiziţionarea spaţiului publicitar; 243110 Specialist/specialistă în marketing (marketolog/marketologă); 243111 Specialist/specialistă în preţuri; 243112 Specialist/specialistă în publicitate; 243113 Specialist/specialistă marketing în reţea; 243114 Telemarketolog; 432302 Agent/agentă de predare a mărfurilor la punctul de frontieră; 432303 Agent/agentă de verificare a încărcăturilor şi bagajelor; 432304 Agent/agentă în transporturi; 432311 Coordonator/coordonatoare operaţiuni de transport de pasageri; 432312 Diriginte/ dirigintă oficiu transporturi; 432313 Dispecer în transporturi; 432314 Expeditor-logistician/expeditoare-logisticiană în transporturi; 432315 Funcţionar/funcţionară documente expediţie, documentaţie tarifară şi documente de transport.

Accesul la studii a titularilor de diplome obţinute după finalizarea respectivului program de studii. Absolvenţii programului de studii, care au obţinut titlul – *Licenţiat în Ştiinţe economice* au următoarele oportunităţi 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.

Competențele generale și profesionale asigurate de programul de studii (lista). 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:

CG1. Utilizarea cunoștințelor fundamentale de teorie economica în domeniul de activitate

CG2. Aplicarea principiilor, teoriilor, metodelor și instrumentelor necesare pentru analiza și desfășurarea activităților economice

CG3.Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea datelor, aplicarea indicatorilor, strategiilor și politicilor adecvate domeniului de activitate

CG4. Utilizarea software și a sistemelor de calcul și operare a datelor specifice domeniului de activitate

CG5. Organizarea activității conform cadrului juridic specific domeniului de activitate.

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:**

CP1. Realizarea cercetărilor de marketing

CP2. Conceperea și realizarea programelor și a proiecte de orientare spre piață

CP3. Realizarea politicii de marketing a întreprinderii

CP4. Valorificarea potențialului creativ în abordarea problemelor profesionale

CP5. Realizarea activităților de achiziționare

CP6. Realizarea activităților logistice

CP7. Implementarea politicii de comunicare în marketing

CP8. Elaborarea conținutului publicitar

CP9. Monitorizarea indicatorilor de performanță în marketing și logistică

CP10. Evaluarea performanțelor în marketing și logistică

Lista rezultatelor învățării.

1. a rezolva probleme întâlnite în diverse contexte profesionale, aplicând principiile, normele și valorile fundamentale ale științei economice;

2. a evalua factorii mediului intern și extern și impactul asupra funcționării organizației/ ramurii/ economiei naționale, aplicând măsuri preventive pentru a minimiza riscurile;

3. a analiza procesele micro și macro economice, identificând instrumentarul de cercetare, în funcție de obiective și obiectul de studiu, utilizând tehnici și instrumente digitale;

4. a realiza cercetarea de marketing în baza surselor relevante și obiective de informare, cu scopul de a interpreta și prognoza tendințele actuale și de viitor ale pieței, utilizând tehnici și instrumente digitale;

5. a elabora programe și proiecte de orientare spre piață, contribuind la satisfacerea nevoilor consumatorilor;

6. a ajusta activitățile operaționale conform intereselor consumatorilor/publicului-țintă, asigurând realizarea proiectelor de orientare spre piață;

7. a aplica prevederile cadrului normativ asociat funcționării eficiente a entității, respectând inclusiv codul deontologic al marketerului, existent la nivel național și internațional;

8. a elabora un plan de activitate în domeniu marketingului, stabilind obiectivele, responsabilitățile, costurile, riscurile

9. a aplica instrumentele aferente realizării politicii de produs;

10. a evalua sensibilitatea cererii față de preț, propunând programe de stimulare a vânzărilor și urmărind realizarea conformă a distribuției produselor: transportare, depozitare, stocare, recepție;

11. a aplica instrumentele și tehnicile de promovare adoptate în întreprindere / organizație;

12. a utiliza tehnici creative pentru identificarea soluțiilor în domeniul marketingului, implicit cu ajutorul competențelor de comunicare și muncă în echipă și cu utilizarea softurilor specializate;

13. a identifica instrumentele / modalitățile de implementare a strategiilor, politicilor, planurilor de achiziționare, prin utilizarea sistemelor informatice complexe;

14. a identifica instrumentele / modalitățile de monitorizare și ajustare a strategiilor, politicilor și planurilor de stocare și distribuție, prin utilizarea sistemelor informatice complexe;

15. a elabora strategia de comunicare în funcție de obiectivele stabilite, inclusiv prin utilizarea datelor generate de diverse site-uri, platforme, contribuind la creșterea notorietății și a vizibilității companiilor, brandurilor în cadrul pieței;

16. a identifica instrumentele / modalitățile de implementare și coordonare a campaniilor de comunicare în marketing, consultând diverse rapoarte și soft-uri;

17. a elabora conținuturi publicitare și determina criteriile de validare a acestora;

18. a elabora media-planuri, bazându-se pe clasamentele de rating generate de softurile specializate în domeniu;

19. a determina și analiza indicatorii de performanță prin care poate fi evaluat marketingul și logistica

20. a prognoza indicatorilor de performanță în contextul planificării strategice de marketing

21. a evalua rezultatele activităților din marketing și logistică, pentru a contribui la eficientizarea activităților și creșterea competitivității întreprinderii/organizației, implicit prin instrumente digitale de generare a datelor primare și rapoartelor.

EXPLANATORY NOTE

Brief overview of the specialization profile and of the professional training and general study fields. The specialization profile of the study program 0414.1 *Marketing and Logistics* corresponds to the fundamental domain of science, culture, and technology – 04 *Social Sciences*, to the general field of study – 041 *Economic Sciences*, and to the professional training field – 0414 *Marketing and Advertising*. The program is developed in accordance with the *Nomenclature of study domains and specializations in higher education*, approved by Government Decision No. 412 of June 12, 2024, and the *Framework Plan for Bachelor (Cycle I), Master (Cycle II), and Integrated Studies*, approved by Order of the Minister of Education and Research No. 510 of April 7, 2025.

The study plan for the *Marketing and Logistics* specialization, delivered in dual education format, was developed in line with Government Decision No. 944/2014, which approves the Regulation on the organization and functioning of dual education in the Republic of Moldova. This regulation provides the normative framework for implementing dual education formats, ensuring the effective integration of theoretical instruction with practical training within partner economic entities.

Duration of studies – 3 years, full-time
Study credits – 180 ECTS credits (1 ECTS = 30 hours)
Form of education – Full-time

The objective of the Bachelor's program is to develop professional competences for future specialists, facilitating their integration into the labor market of the national economy. The program also aims to provide graduates with practice-based knowledge and understanding of marketing and logistics processes, as well as the ability to analyze, evaluate, and reflect on sector-specific issues; and to manage complex tasks related to customer relations and marketing communication.

The objectives of the *Marketing and Logistics* study program include:

- Evaluating contemporary challenges that support students' personal, intellectual, and professional development in general marketing activities;
- Identifying marketing trends, characteristics, and techniques, and applying methods and techniques of market analysis;
- Providing technical knowledge and necessary tools to develop and implement marketing projects aimed at maximizing organizational performance;
- Analyzing, evaluating, and proposing solutions for complex problems in the field.

These objectives are aligned with the mission of Moldova State University and correspond to the institution's strategic documents: the Strategic Development Plan, the Research and Innovation Strategy, and the Institutional Internationalization Plan.

Alignment of the study program and curriculum content with international trends. The program was designed based on European best practices in educational content development and ensures compatibility with international study programs and academic mobility. It also reflects international trends in the field: marketing is now positioned as a key factor in the digital economy, governed by a new paradigm—holistic marketing. This paradigm integrates traditional approaches with digital capabilities and includes relationship marketing, internal marketing, integrated marketing, and socially responsible marketing. Accordingly, new disciplines were added to the program, and the content of existing ones was adapted to reflect these developments.

Assessment of economic and social sector expectations. The expectations of the economic and social sectors for the *Marketing and Logistics* specialization (dual education format) were assessed based on the National Qualifications Framework (level 6) and the European Qualifications Framework (EQF/NQF). The analysis considered job descriptions and occupational classifications from CORM and ESCO for roles such as: marketing specialist, sales agent, market analyst, logistician, and procurement coordinator. The labor market study was supported by consultations with ANOFM reports and data from the Chamber of Commerce and Industry, indicating consistent demand for practically trained professionals capable of contributing to logistics planning, marketing, and distribution processes. The dual education format directly meets these expectations by integrating students into real business environments throughout their academic training.

Consultation with stakeholders in the development of the study program. In order to ensure a qualitative and market-relevant program, several consultations and activities were carried out to reflect labor market needs and trends in *Marketing and Logistics*. At the faculty level, each professional training domain is represented in the Quality Assurance Commission by at least one labor market representative. During commission meetings, the curriculum structure, types of individual tasks, practical teaching methods, and the correlation between course content and labor market requirements are reviewed. Job profiles from potential employers such as Cricova S.A., Volta LLC, Telemar LLC, Dulcinella LLC, and Ergo-Enterprises LLC were analyzed to determine the qualification requirements for marketing professionals and to define the knowledge, skills, and competences the study plan must ensure.

Relevance of the study program to the labor market. Markets and the technologies that support them are rapidly evolving. The expansion and diversification of offerings, especially in the marketing services sector, demographic shifts, and the rise of a new, more demanding and informed consumer profile compel businesses to find innovative ways to attract and retain customers. In the context of intensified global competition, businesses increasingly need: marketing strategies, public communication approaches, value exchange mechanisms, customer relationship development, needs satisfaction strategies, market research, distribution network design, logistics management, and transportation planning. The novelty and relevance of this program lie in the way marketing enables companies to create value through a deep understanding of customer needs and by offering innovative products and services.

Graduate employability opportunities (aligned with CORM and ESCO). Graduates of the *Marketing and Logistics* program will be able to: demonstrate cognitive skills in marketing and logistics; initiate businesses in these sectors; carry out professional activities in compliance with national and international regulatory frameworks; make optimal marketing and logistics decisions; communicate results effectively; develop and coordinate projects in marketing, procurement, and sales; and propose solutions for various problems in these fields.

According to the Moldovan Classification of Occupations, graduates may work in positions such as: 243101 Advertising and marketing analyst; 243102 Market research analyst; 243103 Product brand manager; 243104 Advertising copywriter; 243105 Advertising and marketing manager; 243106 Merchandiser; 243107 Media planner; 243108 Social media manager; 243109 Media buying specialist; 243110 Marketing specialist; 243111 Pricing specialist; 243112 Advertising specialist; 243113 Network marketing specialist; 243114 Telemarketer; 432302 Border goods delivery agent; 432303 Cargo and baggage inspector; 432304 Transport agent; 432311 Passenger transport operations coordinator; 432312 Transport office supervisor; 432313 Transport dispatcher; 432314 Logistics freight forwarder; 432315 Shipping and tariff documentation officer.

Access to further studies. Graduates holding the degree *Bachelor in Economic Sciences* may pursue:

- Master's programs (ISCED level 7) in Marketing Studies;
- Master's programs in related fields with additional curricular completion;
- Continuing education and lifelong learning programs.

General and professional competences ensured by the study program. This program focuses on developing professional competences in the field of Marketing. The curriculum includes general, social-humanistic, foundational, and specialized subjects, with the aim of building both general and specific professional competences.

General competences:

CG1. Applying fundamental economic theory in professional contexts
CG2. Using principles, theories, methods, and tools necessary for analyzing and performing economic activities
CG3. Collecting, processing, analyzing, and interpreting data; applying indicators, strategies, and policies relevant to the field
CG4. Using specialized software and data processing systems
CG5. Organizing activity in accordance with the legal framework of the professional domain

Professional competences (as established through CNC alignment and consultation with stakeholders):

CP1. Conducting marketing research
CP2. Designing and implementing market-oriented programs and projects
CP3. Executing the marketing policy of the organization
CP4. Applying creative potential to solve professional challenges
CP5. Performing procurement operations
CP6. Executing logistics activities
CP7. Implementing marketing communication strategies
CP8. Developing advertising content
CP9. Monitoring key performance indicators in marketing and logistics
CP10. Evaluating performance in marketing and logistics

Learning outcomes:

1. Solve problems in various professional contexts using fundamental principles and values of economic science
2. Evaluate internal and external environmental factors and their impact on organizational/sectoral/national economy performance, applying preventive measures to minimize risks
3. Analyze micro- and macroeconomic processes by identifying appropriate research tools and applying digital techniques
4. Conduct marketing research based on relevant sources and objectives to interpret and forecast current and future market trends
5. Design market-oriented programs and projects to meet consumer needs
6. Adjust operational activities to the interests of target consumers to ensure successful market-oriented projects
7. Apply the normative framework governing efficient organizational operations, including ethical marketing codes at national and international levels
8. Develop a marketing activity plan defining objectives, responsibilities, costs, and risks
9. Apply tools related to product policy implementation
10. Evaluate price sensitivity of demand, propose sales stimulation programs, and monitor product distribution: transport, storage, reception
11. Apply promotional tools and techniques used in the enterprise
12. Use creative techniques to identify marketing solutions, including communication and teamwork skills and the use of specialized software
13. Identify tools and means for implementing acquisition strategies using complex information

systems

14. Identify tools for monitoring and adjusting storage and distribution strategies using information systems
15. Develop communication strategies based on set objectives, including data from websites and platforms to increase brand visibility
16. Identify tools for implementing and coordinating marketing campaigns, using reports and software tools
17. Develop advertising content and establish validation criteria
18. Design media plans using ratings generated by specialized software
19. Determine and analyze performance indicators for marketing and logistics evaluation
20. Forecast performance indicators in the context of strategic marketing planning
21. Evaluate marketing and logistics activities to improve efficiency and competitiveness of the organization, including through digital tools for primary data generation and reporting.