

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

UNIVERSITATEA DE STAT DIN
MOLDOVA
MOLDOVA STATE UNIVERSITY

COORDONAT: _____
COORDINATED BY:

„_____” _____ 2020

Nr. de înregistrare a planului de învățământ

Registration no.

APROBAT: _____
APPROVED BY:

SENATUL USM din „7” mai 2020

MSU SENATE from _____ 2020

Proces verbal nr. 51

Minutes no.

Facultatea de Științe Economice
Faculty of Economic Sciences

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
STUDY PLAN

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 – româna, rusă, engleză
Language of Instruction – Romanian, Russian, English

Forma de organizare a învățământului – cu frecvență
Mode of Study – full time

CHIȘINĂU, 2020/ CHISINĂU, 2020

Responsabil de program/Programme Coordinator:

Şef Departament 
Head of Department **Maria Hămuraru,**
dr., conf. univ./ PHD, Associate professor

Aprobat/Approved by:

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

„14” februarie 2020, P.V. nr 7

Aprobat:

Approved by:

Președintele Consiliului Facultății Științe
Econometice

Head of the Faculty Council of the Faculty
Economic Sciences

Galin Ulian,

dr. hab. prof. univ./ PHD, Professor

„14” februarie 2020 P.V. nr. 8

Calendarul universitar/ Academic Calendar

Anul de studii <i>Academic Year</i>	Activități didactice <i>Didactic Activities</i>		Sesiuni de examene <i>Exams</i>		Stagii de practică <i>Internship</i>	Vacanțe <i>Vacations</i>		
	Sem.I <i>First Semester</i>	Sem.II <i>Second Semester</i>	Sem.I <i>First Semester</i>	Sem.II <i>Second Semester</i>		Iarnă <i>Winter</i>	Primăvară <i>Spring</i>	Vară <i>Summer</i>
Anul I 2020-2021	01.09-14.12.2020 (15 săptămâni)	25.01-15.05.2021 (15 săptămâni)	15.12-23.12.2020 11.01-23.01.2021 (3 săptămâni)	17.05-12.06.2021 (4 săptămâni)		24.12.2020-09.01.2021 (2 săptămâni)	03.05-10.05.2021 Paște (1 săptămână)	26.06-31.08.2021 (10 săptămâni)
Anul II 2021-2022	01.09-14.12.2021 (15 săptămâni)	24.01-23.04.2022 (13 săptămâni)	15.12-24.12.2021 10.01-22.01.2022 (4 săptămâni)	03.05-21.05.2022 (3 săptămâni)	27.09-04.12.2020 Practica de inițiere în specialitate (1 oră/ săptămână) 23.05-19.06.2021 Practica de specialitate I (4 săptămâni)	24.12.2021-08.01.2022 (2 săptămâni)	24.04-02.05.2022 Paște (1 săptămână)	26.06-31.08.2022 (10 săptămâni)
Anul III 2022-2023	01.09-14.12.2022 (15 săptămâni)	09.01-27.02.2023 (7 săptămâni)	15.12-31.12.2022 (2 săptămâni)	27.02-10.03.2023 (2 săptămâni)	13.03-28.04.2023 Practica de specialitate II (6 săptămâni) 02.05-29.05.2023 Practica de cercetare (4 săptămâni)	01.01-09.01.2023 (1 săptămână)	17.04-25.04.2023 Paște (1 săptămână)	

CONȚINUTUL PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT
CONTENTS OF STUDY PLAN

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.0.01	Matematica economică <i>Economic mathematics</i>	180	75	105	30	45		ex	6
F.01.O.0.02	Teorie economică I <i>Economic theory I</i>	180	75	105	30	45		ex	6
F.01.O.0.03	Monedă și credit <i>Currency and credit</i>	120	60	60	30	30		ex	4
F.01.O.0.04	Bazele contabilității <i>Accounting bases</i>	150	90	60	30	60		ex	5
F.01.O.0.05	Dreptul afacerilor <i>Business law</i>	150	60	90	30	30		ex	5
G.01.O.0.06	Tehnologii informaționale de comunicare <i>Information technologies of communication</i>	120	60	60	30		30	ex	4
G.01.O.0.07	Educație fizică <i>Physical Education</i>	15	15	0		15		col.	
TOTAL SEM. I Total 1st Semester		915	435	480	180	225	30		30
SEMESTER II 2nd Semester									
F.02.O.0.08	Statistica Economică <i>Economic statistic</i>	150	60	90	30	30		ex	5
F.02.O.0.09	Teorie economică II <i>Economic theory II</i>	180	75	105	30	45		ex	6
F.02.O.0.10	Management <i>Management</i>	150	75	75	30	45		ex	5
F.02.O.0.11	Marketing <i>Marketing</i>	150	90	60	30	60		ex	5
G.02.O.0.12	Limba străină de afaceri* <i>Foreign business language *</i>	120	60	60			60	ex	4
U.02.A.0.13	Filozofie <i>Philosophy</i>	150	60	90	30	30		ex	5
U.02.A.0.14	Politologie <i>Politology</i>								
U.02.A.0.15	Sociologie <i>Sociology</i>								
U.02.A.0.16	Instituțiile juridico-statale din Republica Moldova <i>Legal-State Institutions of the Republic of Moldova</i>								
G.02.O.0.17	Educație fizică <i>Physical Education</i>	15	15			15		col	
Total Sem. II Total 2nd Semester		915	435	480	150	225	60		30

Total Anul I <i>Total number for the 1st year of study</i>		1830	870	960	330	450	90		60
Anul II Second Year									
Semestrul III 3rd Semester									
F.03.O.0.18	Finanțe <i>Finance</i>	150	75	75	30	45		ex	5
F.03.A.0.19	Economia Europeană și integrarea economică <i>European economy and economic integration</i>	150	60	90	30	30		ex	5
F.03.A.0.20	Comerț electronic <i>E-commerce</i>								
S.03.O.0.21	Logistica <i>Logistics</i>	150	90	60	30	60		ex	5
S.03.O.0.22	Comportamentul consumatorilor <i>Consumer behavior</i>	120	60	60	30	30		ex	4
S.03.O.0.23	Cercetări de marketing <i>Marketing researches</i>	150	75	75	30	30	15	ex	5
U.03.A.0.24	Psihologie <i>Psychology</i>	120	60	60	30	30		ex	4
U.03.A.0.25	Istoria culturii și civilizației <i>History of culture and civilization</i>								
U.03.A.0.26	Integrare europeană <i>European Integration</i>								
U.03.A.0.27	Cultura comunicării interpersonale și organizaționale <i>The culture of interpersonal and organizational communication</i>								
U.03.A.0.28	Etica și estetica <i>Ethics and aestehics</i>								
G.03.O.0.29	Educație fizică <i>Physical Education</i>	15	15			15		col	
	Practica de inițiere în specialitate <i>Practice of initiation in specialty</i>	60		60				ex	2
Total Sem. III <i>Total 3rd Semester</i>		915	435	480	180	240	15		30
Semestrul IV 4th Semester									
S.04.O.0.30	Analiza activității economico-financiare <i>Analysis of economic and financial activity</i>	120	52	68	26	26		ex	4
S.04.O.0.31	Marketingul serviciilor <i>Marketing of services</i>	150	78	72	26	52		ex	5
S.04.A.0.32	Marketing industrial <i>Industrial Marketing</i>	120	52	68	26	26		ex	4
S.04.A.0.33	Agromarketing <i>Agromarketing</i>								
S.04.O.0.34	Achiziții <i>Acquisitions</i>	120	52	68	26	26		ex	4
S.04.O.0.35	Logistica stocurilor <i>Stock logistics</i>	150	65	85	26	39		ex	5
S.04.A.0.36	Merchandising și forța de vânzare <i>Merchandising and sales force</i>	120	65	55	26	39		ex	4
S.04.A.0.37	Marketing sustenabil <i>Sustainable marketing</i>								
G.04.O.0.38	Educație fizică <i>Physical Education</i>	13	13			13		col	
	Practica de specialitate I	120		120				ex	4

	<i>Specialty practice I</i>								
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.0.39	Marketing strategic <i>Strategic Marketing</i>	150	75	75	30	45		ex	5
S.05.O.0.40	Comunicare și tehnici promoționale <i>Communication and promotional techniques</i>	150	75	75	30	30	15	ex	5
S.05.A.0.41	Negocieri de afaceri în marketing <i>Business negotiations in marketing</i>								
S.05.A.0.42	Merceologia și expertiza mărfurilor <i>Goods merchandising and expertise</i>	150	75	75	30	45		ex	5
S.05.O.0.43	Logistica comerțului exterior <i>Logistics of foreign commerce</i>	120	60	60	30	30		ex	4
S.05.O.0.44	Logistica transportului <i>Transport logistics</i>	120	60	60	30	30		ex	4
S.05.O.0.45	Sisteme informaționale în Marketing și logistică <i>Information systems in Marketing and logistics</i>	150	75	75	30		45	ex	5
S.05.O.0.46	Proiect de cercetare <i>Research project</i>	60		60				ex	2
Total Sem. V <i>Total 5th Semester</i>		900	420	480	180	180	60		30
Semestrul VI 6th Semester									
S.06.O.0.47	Marketing inovativ <i>Innovative marketing</i>	120	56	64	28	28		ex	4
S.06.O.0.48	Leadership și managementul resurselor umane <i>Leadership and Human Resource Management</i>	120	70	50	28	42		ex	4
S.06.A.0.49	Strategii și metode de preț <i>Strategies and price methods</i>								
S.06.A.0.50	Marketing direct <i>Direct marketing</i>	90	42	48	14	28		ex	3
G.06.O.0.51	Etica profesională <i>Professional ethics</i>	60	28	32	14	14		ex	2
	Practica de specialitate II <i>Specialty practice II</i>	180		180				ex	6
	Practica de cercetare <i>Research practice</i>	180		180				ex	6
	Examen de licență <i>Bachelor exam</i>	150		150				ex	5
Total Sem. VI <i>Total 6th Semester</i>		900	196	704	84	112	0		30
Total Anul III <i>Total number for the 3rd year of study</i>		1800	616	1184	264	292	60		60
TOTAL <i>TOTAL</i>		5458	2298	3160	930	1203	165		180

*Nota: limba engleză/franceză

*Note: english language/french

LIMBA ROMÂNĂ PENTRU ALOLINGVI
ROMANIAN LANGUAGE FOR SPEAKERS OF OTHER LANGUAGES

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		
G.01.O.0.52	Limba română de comunicare <i>Communicational Romanian language</i>	120	60	60	0		60	ex.	4
G.02.O.0.53	Limba română de comunicare <i>Communicational Romanian language</i>	120	60	60	0		60	ex.	4
TOTAL		240	120	120			120		8

STAGIILE DE PRACTICĂ
INTERNSHIPS

Nr. d/o	Tipul stagiului de practică <i>The internships</i>	An de studii Year	Sem. Sem	Durata Times		Perioada Period	Număr ECTS ECTS Credits
				Săptămâni Weeks	Ore Hours		
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

DISCIPLINE LA LIBERA ALEGERE
ELECTIVES

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									

G.01.LA.054	Limba Italiană/Engleză/Franceză/Germană <i>Italian, English, French, German</i>	120	60	60			60	ex.	4
G.02.LA.055	Limba Italiană/Engleză/Franceză/Germană <i>Italian, English, French, German</i>	120	60	60			60	ex.	4
Anul II 2nd Year									
S.03.LA.056	Managementul schimbărilor <i>Managing of changes</i>	120	60	60	30	30		ex.	4
S.04.LA.057	Servicii publice <i>Public services</i>	120	60	60	30	30		ex.	4
Anul III 3rd Year									
S.05.LA.058	Logistica serviciilor <i>Logistics of services</i>	120	60	60	30	30		ex.	4
TOTAL		600	300	300	90	90	120		20

FORMA DE EVALUARE FINALA 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.	Examen de licență la Marketing și logistică <i>Graduate exam on Marketing and Logistics</i>	Iunie <i>June</i>	2
2.	Teza de licență <i>Graduation thesis defense</i>	Iunie <i>June</i>	3

MINIM CURRICULAR
CURRICULAR PREREQUISITE

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>		
F.01.O.0.02	Teorie economică <i>Economic Theory</i>	180	90	90	30	60		ex	6
F.01.O.0.03	Monedă și credit <i>Money and Credit</i>	120	60	60	30	30		ex	4
F.01.O.0.04	Bazele contabilității <i>Basics in Accounting</i>	150	90	60	30	60		ex	5
F.02.O.0.10	Management <i>Management</i>	150	75	75	30	45		ex	5
F.03.O.0.18	Finanțe <i>Finance</i>	150	75	75	30	45		ex	5
F.02.O.0.11	Marketing <i>Marketing</i>	150	90	60	30	60		ex	5
	Total	900	480	420	180	300			30

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, 4 ani învățământ cu frecvență redusă

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

Forma de organizare - Învățământ cu frecvență, învățământ cu frecvență redusă

2. Competențele generale dezvoltate în program sunt:

1. Cunoașterea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale serviciilor publice în raport cu problemele teoretice 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, dar și prin discuții în cadrul ședinței de lucru a Comisiei de calificări, formată din reprezentanții pieței muncii, absolvenți, personal academic și studenți, au fost stabilite următoarele **competențe 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 următoarele documente strategice:

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

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

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

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.

5-6. Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social și consultarea partenerilor în procesul de elaborare a programului de studii. 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) și elaborarea unor programe de studii cu destinație specială la comanda angajatorilor. O metodă eficientă de colaborare cu angajatorii este evaluarea competențelor practice ale studenților în baza soluționării situațiilor de caz propuse de către angajatori.

În vederea realizării unor studii calitative și relevante în mediul real au fost realizate o serie de activități prin rezultatul cărora sunt reflectate necesitățile și tendințele de pe piața muncii în domeniul "Marketing și logistică". La nivel de Departament activează Comisia de calificări pentru domeniul de formare profesională – compusă din Reprezentanți ai pieței muncii, Absolvenți angajați în domeniu, Profesori antrenați în predarea disciplinelor de specialitate, Reprezentant al Administrației Facultății și Președintele Comisiei Calității al Facultății. În cadrul ședințelor de lucru al Comisiei de calificări sunt discutate conținuturile planului de învățământ, tipurile de sarcini pentru lucrul individual, metodele de petrecere a lecțiilor practice cât și corelarea unităților de conținut pentru disciplinele predate. Au fost analizate fișele de post a următorilor potențiali angajatori: Cricova S.A. SRL Volta, Hotel Berd's, 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 studii.

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:

- 122109 Manager (în serviciile de marketing și vânzare)
- 122112 Șef birou marketing
- 122114 Șef secție (marketing și vânzare)
- 122115 Șef serviciu marketing
- 122201 Manager (în serviciile de informații și reclamă)
- 122203 Șef birou reclamă publicitară
- 122204 Șef secție informație și reclamă
- 122205 Șef serviciu de publicitate
- 132461 Șef magazie de mărfuri
- 132473 Șef secție (aprovizionare tehnico-materială)
- 132474 Șef serviciu (aprovizionare tehnico-materială)
- 132475 Șef serviciu (în transporturi, telecomunicații, aprovizionarea tehnico-materială și desfacere)
- 243101 Art director publicitate
- 243102 Manager de produs
- 243103 Marketer
- 243104 Merchandiser
- 243105 Specialist marketing
- 243201 Asistent comercial
- 243202 Analist servicii client
- 243203 Brand manager
- 263113 Expert economist în comerț și marketing

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 nb. 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 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 Qualifications Commission, composed by the labour market representatives, graduates, academic staff and students, 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 corresponds to the mission of the Moldova State University and relate to the following strategic documents::

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

- Research and Innovation Strategy of the Moldova State University for the 2015-2020 period, through the objectives: University affiliation to an integrated information system regarding the scientific research strategies and the national and international competitions launched for the projects achievement;

- Institutional Strategic Plan for Internationalization for the years 2018-2020, through the objectives: Intensifying and increasing the quality of international university collaboration activities; Increasing the level of 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 were linked to these tendencies.

5-6. Evaluation of the economic and social sector's expectations, and partner's consultation during the study program preparation.

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.

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 Department level works the Commission of Qualifications for the professional educational domain - that consists of labour market representatives, graduates of the program, professors trained in specialized subjects, representative of the Faculty Administration and the President of the Faculty Quality Committee. The contents of the curriculum, types of tasks for individual work, teaching methods, and practical lessons are discussed at the workshops of the Qualifications Commission. 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 is distinguished from the objectives that are

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:

- 122109 Manager (in marketing and sales services),
- 122112 Chief of Marketing Bureau
- 122114 Chief of Department (Sales and Marketing),
- 122115 Chief Marketing Officer
- 122201 Manager (informational services and publicity)
- 122203 Chief of Commercial Advertising Bureau
- 122204 Chief of Information and Advertising Division
- 122205 Chief of Advertising Service
- 13246† Chief of goods warehouse
- 132473 Chief of Division (technical-material supply)
- 132474 Chief of Service (technical-material supply)
- 132475 Chief of Service (in transport, telecommunications, technical-material supply and sales)
- 243101 Advertising Art director
- 243102 Product Manager
- 243103 Marketer
- 243104 Merchandiser
- 243105 Marketing Expert
- 243201 Commercial Assistant
- 243202 Customer Service Analyst
- 243203 Brand Manager
- 263113 Economist expert in trade and marketing

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.

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

Modulul/disciplina <i>Module/Cours</i>	Codul disciplinei	Nr. credite ECTS/ <i>Number of ECTS credits</i>	Competențe/ <i>Competences</i>					
			C1	C2	C3	C4	C5	C6
Matematica economică <i>Economic mathematics</i>	F.01.O.0.01	6	✓	✓				
Teorie economică I <i>Economic theory I</i>	F.01.O.0.02	6	✓	✓				
Monedă și credit <i>Currency and credit</i>	F.01.O.0.03	4	✓				✓	
Bazele contabilității <i>Accounting bases</i>	F.01.O.0.04	5	✓	✓				
Dreptul afacerilor <i>Business law</i>	F.01.O.0.05	5	✓					✓
Tehnologii informaționale de comunicare <i>Information technologies of communication</i>	G.01.O.0.06	4	✓	✓				
Educație fizică <i>Physical Education</i>	G.01.O.0.07							
Statistica Economică <i>Economic statistic</i>	F.02.O.0.08	5	✓	✓				
Teorie economică II <i>Economic theory II</i>	F.02.O.0.09	6	✓	✓				
Management <i>Management</i>	F.02.O.0.10	5	✓		✓		✓	
Marketing <i>Marketing</i>	F.02.O.0.11	5	✓	✓	✓			
Limba străină de afaceri* <i>Foreign business language *</i>	G.02.O.0.12	4	✓	✓				
Filozofie <i>Philosophy</i>	U.02.A.0.13	5	✓					
Politologie <i>Politology</i>	U.02.A.0.14	5	✓					
Sociologie <i>Sociology</i>	U.02.A.0.15	5	✓					
Instituțiile juridico-statale din Republica Moldova <i>Legal-State Institutions of the Republic of Moldova</i>	U.02.A.0.16	5	✓					
Educație fizică <i>Physical Education</i>	G.02.O.0.17							
Finanțe <i>Finance</i>	F.03.O.0.18	5	✓	✓		✓		
Economia Europeană și integrarea economică <i>European economy and economic integration</i>	F.03.A.0.19	5	✓	✓				
Comerț electronic <i>E-commerce</i>	F.03.A.0.20	5	✓	✓				
Logistica <i>Logistics</i>	S.03.O.0.21	5	✓		✓		✓	
Comportamentul consumatorilor <i>Consumer behavior</i>	S.03.O.0.22	4	✓	✓				✓
Cercetări de marketing <i>Marketing researches</i>	S.03.O.0.23	5	✓	✓	✓			
Psihologie <i>Psychology</i>	U.03.A.0.24	4	✓					
Istoria culturii și civilizației <i>History of culture and civilization</i>	U.03.A.0.25	4	✓					
Integrare europeană	U.03.A.0.26	4	✓					

Modulul/disciplina <i>Module/Cours</i>	Codul disciplinei	Nr. credite ECTS/ <i>Number of ECTS credits</i>	Competențe/ <i>Competences</i>					
			C1	C2	C3	C4	C5	C6
<i>European Integration</i>								
Cultura comunicării interpersonale și organizaționale <i>The culture of interpersonal and organizational communication</i>	U.03.A.0.27	4	✓					
Etica și estetica <i>Ethics and aestehics</i>	U.03.A.0.28	4	✓					
Educație fizică <i>Physical Education</i>	G.03.O.0.29							
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.0.30	4	✓	✓				
Marketingul serviciilor <i>Marketing of services</i>	S.04.O.0.31	5	✓	✓			✓	
Marketing industrial <i>Industrial Marketing</i>	S.04.A.0.32	4	✓	✓			✓	
Agromarketing <i>Agromarketing</i>	S.04.A.0.33	4	✓	✓			✓	
Achiziții <i>Acquisitions</i>	S.04.O.0.34	4	✓			✓	✓	
Logistica stocurilor <i>Stock logistics</i>	S.04.O.0.35	5	✓				✓	
Merchandising și forța de vânzare <i>Merchandising and sales force</i>	S.04.A.0.36	4				✓	✓	
Marketing sustenabil <i>Sustainable marketing</i>	S.04.A.0.37	4	✓		✓			✓
Educație fizică <i>Physical Education</i>	G.04.O.0.38							
Practica de specialitate I <i>Specialty practice I</i>		4	✓	✓		✓	✓	✓
Marketing strategic <i>Strategic Marketing</i>	S.05.O.0.39	5	✓		✓		✓	
Comunicare și tehnici promoționale <i>Communication and promotional techniques</i>	S.05.O.0.40	5		✓		✓		✓
Negocieri de afaceri în marketing <i>Business negotiations in marketing</i>	S.05.A.0.41	5		✓		✓		✓
Merceologia și expertiza mărfurilor <i>Goods merchandising and expertise</i>	S.05.A.0.42	5	✓				✓	
Logistica comerțului exterior <i>Logistics of foreign commerce</i>	S.05.O.0.43	4	✓			✓		
Logistica transportului <i>Transport logistics</i>	S.05.O.0.44	4	✓			✓		
Sisteme informaționale în Marketing și logistică <i>Information systems in Marketing and logistics</i>	S.05.O.0.45	5		✓			✓	✓
Proiect de cercetare <i>Research project</i>	S.05.O.0.46	2	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Marketing inovativ <i>Innovative marketing</i>	S.06.O.0.47	4	✓		✓		✓	
Leadership și managementul resurselor umane <i>Leadership and Human Resource Management</i>	S.06.O.0.48	4	✓				✓	✓
Strategii și metode de preț <i>Strategies and price methods</i>	S.06.A.0.49	3			✓			✓
Marketing direct	S.06.A.0.50	3		✓		✓		

Modulul/disciplina <i>Module/Cours</i>	Codul disciplinei	Nr. credite ECTS/ <i>Number of ECTS credits</i>	Competențe/ <i>Competences</i>					
			C1	C2	C3	C4	C5	C6
<i>Direct marketing</i>								
Etica profesională <i>Professional ethics</i>	G.06.O.0.51	2	✓					✓
Practica de specialitate II <i>Specialty practice II</i>		6	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Practica de cercetare <i>Research practice</i>		6	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Examen de licență <i>Bachelor exam</i>		5	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Limba română de comunicare <i>Communicational Romanian language</i>	G.01.O.0.52	4						
	G.02.O.0.53	4	✓					

*Nota: limba engleză/franceză

*Note: english language/french