

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

COORDONAT: _____
COORDINATED

**Nr. de înregistrare a planului de
Învățământ** _____
Registration no.
"____" _____ **2021**

**AGENȚIA NAȚIONALĂ DE ASIGURARE
A CALITĂȚII ÎN EDUCAȚIE ȘI
CERCETARE**

*National Agency for Quality Assurance in
Education and Research* _____
"____" _____

Nr. de înregistrare _____
Registration no.

**UNIVERSITATEA DE STAT DIN
MOLDOVA**
MOLDOVA STATE UNIVERSITY

APROBAT: _____
APPROVED BY

SENATUL USM
MSU SENAT from
"____" _____ **2021**

Proces verbal nr. _____
Minutes no.

FACULTATEA ȘTIINȚE ECONOMICE
FACULTY OF ECONOMIC SCIENCES

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
STUDY PLAN

Nivelul calificării conform ISCED – 7
Level of Qualification, ISCED – 7

Domeniul general de studiu - 101 Servicii publice
General Field of Study - 101 Personal services

Domeniul de formare profesională –1013 Servicii hoteliere, Turism și Agrement
Professional Training Field – 1013 Hotel, Tourism and Leisure

Programul de master - Management și Marketing Hotelier și Turism (MP)
Master Programme - Management and Marketing of Hotels and Tourism (MP)

Numărul total de credite - 120
Total Number of Credits - 120

Titlul obținut – Master în Servicii publice
Title awarded - Master of Personal Services

Baza admiterii - diplomă de studii superioare sau un act echivalent de studii
Access Requirements - Diploma of Bachelor's Degree or an equivalent document of studies

Limba de instruire – română / rusă/ engleză
Language of Instruction- Romanian / Russian / English

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

Chișinău, 2021

Responsabil de program/*Responsible for the program:*
Departamentul Economie, Marketing și Turism
Economy, Marketing and Tourism Department
„ 05 ” ianuarie 2021, P.V. 6

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

Aprobat/*Approved:*
Consiliul Facultății Științe Economice
Economic Sciences Faculty Council
„ 29 ” ianuarie 2021, P.V. 5

_____ Decan/*Dean*, G. Ulian,
dr . hab, prof.univ./ Dr. Habil, Professor

Calendarul universitar/graficul procesului de studii
ACADEMIC CALENDAR / SCHEDULE OF STUDY

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 2021-2022	06.09-17.12.2021 (15 săptămâni)	24.01-13.05.2022 (15 săptămâni)	10.01-21.01.2022 (3 săptămâni)	16.05-10.06.2022 (4 săptămâni)		24.12.2021-09.01.2022 (2 săptămâni)	25.04-02.05.2022 Paște (1 săptămână)	27.06-31.08.2022 (10 săptămâni)
Anul II 2022-2023	05.09-16.12.2022 (15 săptămâni)	23.01-12.05.2023 (15 săptămâni)	09.01-20.01.2023 (3 săptămâni)	05.06-28.06.2023 (4 săptămâni)	14.11-16.12.2022 Practica de specialitate (5 săptămâni)	24.12.2022-08.01.2023 (2 săptămâni)	17.04-24.04.2023 Paște (1 săptămână)	-

CONȚINUTUL PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT
CONTENTENTS OF STUDY PLAN

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>	Practică/Laborator <i>Laboratories</i>		
ANUL I / 1st year									
SEMESTRUL II / 1st Semester									
S.01.A.01	Economia întreprinderii hoteliere <i>Economy of hotel company</i>	180	60	120	30	30	-	E	6
S.01.A.02	Economia internațională aplicată <i>Applied international economy</i>	180	60	120	30	30	-	E	6
F.01.O.03	Organizații de management al destinațiilor turistice <i>Tourism destination management organizations</i>	180	30	150	15	15	-	E	6
S.01.A.04	Comportament organizațional corporativ și dezvoltarea personalului <i>Corporate Organizational Behavior and staff development</i>	180	30	150	15	15	-	E	6
S.01.A.05	Managementul Resurselor Umane <i>Human Resource Management</i>	180	60	120	30	30	-	E	6
F.01.O.06	Politici de marketing în ospitalitate și turism <i>Marketing policies in tourism and hospitality</i>	180	60	120	30	30	-	E	6
F.01.O.07	Dezvoltarea turismului durabil <i>Durable tourism development</i>	180	60	120	30	30	-	E	6
Total Sem. I <i>Total 1st Semester</i>		900	240	660	120	120	0	0	30
Semestrul II / 2nd Semester									

F.02.O.08	Management în ospitalitate și turism <i>Hospitality and Tourism Management</i>	180	60	120	30	30	-	E	6
S.02.A.09	Contabilitate și control managerial în industria hotelieră și turism <i>Accounting and managerial control in the hotel and tourism industry</i>	180	60	120	30	30	-	E	6
S.02.A.10	Managementul financiar a produselor hoteliere și turistice <i>Financial management of hotel and tourism products</i>	180	60	120	30	30	-	E	6
S.02.O.11	Tehnici cantitative și calitative în turism și servicii hoteliere <i>Quantitative and Qualitative Techniques in hotel and tourism</i>	180	30	150	15	15	-	E	6
F.02.O.12	Comunicare, promovare și vânzare în turism <i>Communication, sales and promotion in tourism</i>	180	30	150	15	15	-	E	6
S.02.O.13	Sisteme informaționale în servicii hoteliere și turism <i>Information systems in hotel and tourism services</i>	180	60	120	30	-	30	E	6
Total Sem. II <i>Total 2nd Semester</i>		900	240	660	120	90	30	0	30
Total Anul I <i>TOTAL 1ST YEAR</i>		1800	480	1320	240	210	30	0	60
Anul II/ 2nd Year									
Semestrul III/3rd Semester									
S.03.A.14	Strategii și practici în industria hotelieră și turism <i>Strategies and Practices in Travel and Tourism</i>	150	40	110	20	20	-	E	5
S.03.A.15	Turism internațional <i>International tourism</i>								
S.03.O.16	Managementul proiectelor în servicii și turism <i>Project management in services and tourism</i>	150	40	110	20	20	-	E	5
S.03.O.17	Tehnica operațiunilor de Front-Back Office <i>Technical operations Front / Back Office</i>	150	40	110	20	20	-	E	5
S.03.O.18	Metodologia și Etica cercetării în servicii <i>Methodology and Ethics of research in services</i>	150	40	110	20	20	-	E	5
	Practica de specialitate <i>Specialty practice</i>	300		300				E	10
Total Sem. III/ Total 3rd Semester		900	160	740	80	80	0	0	30
Semestrul IV/ 4th Semester									
	Teza de master <i>Master Thesis</i>	900		900				E	30
Total Sem. IV <i>Total 4th Semester</i>		900		900					30
Total Anul II <i>TOTAL 2nd YEAR</i>		1800	160	1640	80	80	0	0	60
TOTAL <i>TOTAL</i>		3600	640	2960	320	290	30	0	120

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

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		
F.01.O.0.01	Teorie economică <i>Economic Theory</i>	180	90	90	30	60		ex	6
F.02.O.0.08	Servicii publice <i>Public services</i>	120	60	60	30	30		ex	4
F.01.O.0.03	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
S.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 specializării Programului de master – Management și Marketing Hotelier și Turism corespunde domeniului fundamental al științei, culturii și tehnicii -10 Servicii; domeniul general de studiu – 101 Servicii publice. Programul de master este elaborat în corespundere cu Nomenclatorul domeniilor de formare profesională și al specialităților în învățământul superior, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr.482 din 28 iunie 2017 și Plan Cadru pentru studii superioare de licență (ciclul I), de master (ciclul II), și integrate, aprobat prin ordinul MECCM nr. 120 din 10.02.2020.

Durata studiilor - 2 ani învățământ cu frecvență

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

Forma de organizare - Învățământ cu frecvență

2. Competențele generale dezvoltate în program sunt:

1. Utilizarea integrată a teoriilor, metodelor, legilor specifice industriei turismului și ospitalității;
2. Asumarea actului decizional în condițiile adaptării eficiente la schimbările dinamice ale mediului economic intern și extern a industriei turismului;
3. Comunicarea eficientă și negocierea cu medii profesionale diferite în activități din sectorul turism, hoteluri și restaurante, utilizând limbile străine.
4. Construirea relațiilor de parteneriat cu furnizorii de servicii turistice în condițiile eficientizării activităților;
5. Evaluarea potențialului industriei turismului și ospitalității în contextul asigurării securității clienților;
6. Respectarea prevederilor și principiilor etice și deontologice în activitatea de turism și servicii hoteliere în conformitate cu normele formale și neformale;

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 specifice:

C1. Aplicarea eficientă a teoriilor, metodelor și instrumentelor TIC la crearea produsului turistic în condițiile dezvoltării economice durabile;

C2. Luarea deciziilor constructive privind dezvoltarea pieței turistice în condițiile resurselor turistice disponibile;

C3. Organizarea activității turistice în corespundere cu tradițiile etnoculturale, istorice și religioase în contextul dezvoltării relațiilor cu clienții prin comunicare eficientă;

C4. Gestionarea necesarului de resurse umane, materiale și financiare în raport cu cerințele volumului și eficienței entității turistice și de servicii în relațiile cu partenerii;

C5. Evaluarea activității entității turistice, produsului turistic în corespundere nevoile clientelei în contextul asigurării securității acestora;

C6. Elaborarea politicilor în domeniul turismului și ospitalității în raport cu stilul de viață al clienților.

C7. Cercetarea problemelor de organizare a activităților în domeniul serviciilor hoteliere și turism la nivel regional, național și internațional;

C8. Aplicarea mecanismelor de asigurare a calității în turism și servicii.

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

Scopul programului de master „Management și marketing hotelier și turism” constă în formarea de competențe în domeniul sectorului public și privat cu specialiști – în sectorul serviciilor hoteliere și turism, precum și formarea unui nucleu de cercetare, în care masteranzii, în colaborare cu specialiștii în domeniu vor studia disciplinele din planul de învățământ și vor identifica prioritățile următorilor ani. Caracteristica esențială a programul de masterat, constă în disponibilitatea programului de perfecționare a standardelor de elaborare a curriculum-urilor și a metodelor de predare, școlarizarea lectorilor implicați în programul de master asupra modelelor de curriculum din universitățile partenere a Proiectului TEMPUS LMPH și asistența academică a profesorilor de peste hotare la elaborarea și îmbunătățirea curriculumului și programelor de curs. Absolvenții programului sunt pregătiți pentru activitatea antreprenorială în industria turismului și cea a serviciilor hoteliere.

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

- asigurarea masteranzilor un nivel înalt de cunoștințelor de specialitate și înțelegere, competențe înalte, care să le permită integrarea cunoștințelor la asigurarea complexității activităților de management și marketing din industria turismului și formularea argumentelor și comunicarea concluziilor mediului profesional;
- dezvoltarea capacității de a acționa independent/în echipă și creativ în abordarea și soluționarea problemelor complexe în domeniul industriei hoteliere și a turismului, utilizând abilitățile strategice, analitice și tehnice, asumându-și responsabilitatea pentru deciziile luate;
- stimularea interesului teoretic și practic a masteranzilor asupra evoluției entității hoteliere din perspectiva structurii serviciilor ce vor fi solicitate, a programelor de cercetare-dezvoltare necesare creării de noi servicii, punându-se accent pe utilizarea metodelor interactive;
- aplicarea TIC în procesul de activitate, utilizarea metodelor și tehnicilor de analiză a pieței serviciilor hoteliere;
- formarea capacității de a elabora și a dezvolta proiecte turistice în scopul maximizării performanței activității turistice;
- dezvoltarea unei atitudini critice prin utilizarea și interpretarea coerentă a teoriilor, modelelor în domeniul managementului și marketingului turistic;
- formarea și dezvoltarea de abilități superioare de cercetare independentă și utilizarea eficientă a informației.

Aceste obiective corespund misiunii Universității de Stat din Moldova, sunt desprinse din necesitatea de formare în domeniul *”Management și marketing hotelier și turism”* și sunt corelate cu următoarele documente 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 Turistice Internaționale din statele membre UE -28, prezentate în raportul Organizației Mondiale a Turismului și Agenția Organizației Națiunilor Unite, orientate spre promovarea unui turism responsabil, durabil și universal accesibil, asistat de tehnologiile informaționale, urmărind obiectivele bazate pe extinderea și diversificarea turismului strategic și promovarea experienței manageriale în acest domeniu.

5-6. Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social și 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 *„Management și marketing hotelier și turism”*. La nivel facultate, în cadrul Comisiei de Asigurare a Calității este inclus câte un reprezentant al pieței muncii pentru fiecare domeniu de formare profesională. În cadrul ședințelor de lucru al Comisiei sunt discutate conținuturile planului de învățământ, tipurile de sarcini pentru lucrul individual, metodele de petrecere a lecțiilor practice cât și corelarea unităților de conținut pentru disciplinele predate și alte subiecte. Au fost analizate fișele de post a următorilor potențiali angajatori: SRL Gold Travel, SRL Sakura Tur, SRL Pro Ilicris, SRL Prosper Trans, SRL Androstrans, SRL Maxpasa, hotelul Jolly Alone, ANTRIM, Zentrum Apartments Hotel, Radisson Blu Leograd Hotel, în vederea determinării calificării necesare a unui specialist din domeniul industriei turismului și identificării necesarului de cunoștințe, abilități și competențe ce vor fi asigurate prin realizarea planului de master.

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

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

8. Posibilitățile de angajare a absolvenților. Absolventul acestui program de masterat va putea să lucreze în cadrul structurilor de cazare și anume în hoteluri și agenții de turism, în moteluri, pensiuni turistice și agroturistice, case pentru oaspeți, ocupând diferite posturi din nivelul ierarhic al structurilor de cazare.

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

- 141103 Director complex de cazare
- 141105 Director executiv unitate de cazare
- 141106 Director hotel
- 141107 Director pensiune
- 141108 Director unitate cazare
- 141109 Manager în activitatea hotelieră
- 141110 Patron unitate agreement
- 141111 Președinte cooperativă (în alimentația publică și deservirea hotelieră)
- 141201 Director cafenea
- 141202 Director cofetărie, patiserie
- 141203 Director departament catering
- 141204 Director (șef) restaurant
- 141207 Manager în restaurante
- 141208 Patron unitate alimentație public
- 141212 Șef secție (la întreprinderile de alimentație publică și în hoteluri)

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

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

- Școala doctorală – nivelul 8 ISCED, la una din specialitățile:
 - a) 521.01 - Teorie economică și politici economice;
 - b) 521.02. Economie mondială; relații economice internaționale;
 - c) 521.03. Economie și management în domeniul de activitate;
 - d) 521.04 Marketing și Logistică.
- Programe de formare continuă pe tot parcursul vieții.

EXPLANATORY NOTE

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

Studies duration - 2 years of full-time education.

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

Organization form- Full-time education.

2. The general competences developed in the program are:

7. The integrated application of theories, methods, laws specific to the tourism and hospitality

industry

8. Assumption of the decisional act in order to effectively adapt to changing developments of the internal and external economic environment of tourism industry,
9. Development of an efficient business communication and negotiation using foreign languages with different professional environments from tourism sector, hotels and restaurants;
10. Establishment of partnership relations with the tourism service providers in terms of their activity's efficiency;
11. Evaluation of economic phenomena and processes in the context of dynamic transformations;
12. Development of economic projects, using innovative quantitative and qualitative research methods.
13. Assessment of the tourism and hospitality industry potential in the context of ensuring the security of customers;
14. Enforcement of ethical and deontological provisions and principles in the activity of tourism and hotel services in accordance with the formal and non-formal rules;

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. Application of the theories, methods, and ITC tools during the creation of tourism product under the conditions of sustainable economic development;

C2. Constructive decision-taking regarding the tourism market development in terms of the available tourist resources;

C3. Organization of the tourist activity in accordance with the ethno cultural, historical and religious traditions in the context of developing customer relations through effective communication;

C4. Management of the human, material and financial resources needs in relation to the requirements of the volume and efficiency of the tourist and service entity *in dealing with partners*;

C5. Evaluation of the tourism entity and tourism product activity, according to the client needs in the context of their security assurance;

C6. Development of policies in the tourism and hospitality domain in relation to the customers' lifestyle;

C7. Problem-solving research of organization's activities in the field of hotel and tourism services at regional, national and international level;

C8. Application of quality assurance mechanisms in tourism and services.

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

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

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

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

- ensuring the masters students with a high level of specialized knowledge and understandings, high skills, that will allow them to integrate the obtained knowledge in the complexity of management and marketing activities of tourism industry, and to formulate arguments and to communicate conclusions within the professional environment;
- developing the ability to act independently / as a team and act creatively in approaching and solving the complex problems in the hotel and tourism industry domain, using the strategic,

- analytical and technical skills, assuming responsibility for the decisions taken;
- stimulating the masters theoretical and practical interest on the hotel entity evolution, from the perspective of the services structure that will be requested, of the research-development programs necessary for the creation of new products, focusing on the use of the interactive methods;
- application of ICT in the process of activity, use of methods and techniques for analyzing the hotel services market;
- forming the capacity to elaborate and develop touristic projects, in order to maximize the touristic activity performance;
- developing a critical attitude, using and interpreting coherent the theories, models in the touristic management and marketing domain;
- training and developing of superior independent research skills and the efficient use of information.

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

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 tourist trends of EU-28 Member States, submitted in the report of the World Tourism Organization and the United Nations Agency, oriented to the responsible, sustainable and universally accessible tourism promotion, assisted by information technologies, pursuing objectives based on the expansion and diversification of strategic tourism and promoting managerial experience in this field.

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

In order to achieve qualitative and relevant studies in the real environment, there were carried out a series of activities, reflecting the labor market needs and trends in the field of "*Management and Marketing of Hotels and Tourism*". At the Faculty level, a representative of the labour market for each field of professional formation is included in the Quality Assurance Commission. During the Commission working meetings there are discussed the contents of the education plans, the types of tasks for individual work, the methods of spending practical lessons and the correlation of content units for the taught subjects etc.

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

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

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

competencies that employee must own after finishing the master program.

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

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

- 141103 Accommodation Complex Director
- 141105 Executive Director of Accommodation Unit
- 141106 Hotel Director
- 141107 Pension Director
- 141108 Director of accommodation unit
- 141109 Manager in the hotel business
- 141110 Owner of leisure unit
- 141111 President of a Cooperative (in the public catering and hotel services)
- 141201 Cafe Manager
- 141202 Director of cafeteria, patisserie
- 141203 Director of Catering Department
- 141204 Restaurant Director (Chief)
- 141207 Restaurants Manager
- 141208 Owner of public food unit
- 141212 Head of division (at public catering companies and hotels)

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

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

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

- Doctoral school – level 8 ISCED, at one of the following specialties:
 - a) 521.01 - Economic theory and economic policies;
 - b) 521.02. Global economy; International Economic Relations;
 - c) 521.03. Economics and management in the field of activity;
 - d) 521.04 Marketing and Logistics.
- Lifelong continuous training programs.

MATRICEA CORELĂRII FINALITĂȚILOR DE STUDII
THE MATRIX OF CORRELATION OF STUDY FINALTIES

Unități de conținut <i>Units</i>	Cod/ <i>Code</i>	Nr. Credite <i>Number of credits</i> ECTS	Competențe <i>Competences</i>							
			C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
Economia întreprinderii hoteliere <i>Economy of hotel company</i>	S.01.A.01	6	✓	✓		✓				
Economia internațională aplicată <i>Applied international economy</i>	S.01.A.02	6	✓	✓		✓				
Organizații de management al destinațiilor turistice <i>Tourism destination management organizations</i>	F.01.O.03	6			✓			✓	✓	
Comportament organizațional corporativ și dezvoltarea personalului <i>Corporate Organizational Behavior and staff development</i>	S.01.A.04	6				✓			✓	
Managementul Resurselor Umane <i>Human Resource Management</i>	S.01.A.05	6				✓			✓	
Politici de marketing în ospitalitate și turism <i>Marketing policies in tourism and hospitality</i>	F.01.O.06	6	✓	✓			✓	✓		
Dezvoltarea turismului durabil <i>Durable tourism development</i>	F.01.O.07	6			✓				✓	
Management în ospitalitate și turism <i>Hospitality and Tourism Management</i>	F.02.O.08	6	✓			✓			✓	
Contabilitate și control managerial în industria hotelieră și turism <i>Accounting and managerial control in the hotel and tourism industry</i>	S.02.A.09	6	✓			✓			✓	
Managementul financiar a produselor hoteliere și turistice <i>Financial management of hotel and tourism products</i>	S.02.A.10	6	✓			✓			✓	
Tehnici cantitative și calitative în turism și servicii hoteliere <i>Quantitative and Qualitative Techniques in hotel and tourism</i>	S.02.O.11	6		✓			✓		✓	
Comunicare, promovare și vânzare în turism <i>Communication, sales and promotion in tourism</i>	F.02.O.12	6		✓			✓	✓		
Sisteme informaționale în servicii hoteliere și turism <i>Information systems in hotel and tourism services</i>	S.02.O.13	6	✓				✓			
Strategii și practici în industria hotelieră și turism <i>Strategies and Practices in Travel and Tourism</i>	S.03.A.14	5		✓			✓	✓		
Turism internațional <i>International tourism</i>	S.03.A.15	5		✓	✓		✓		✓	
Managementul proiectelor în servicii și turism <i>Project management in services and tourism</i>	S.03.O.16	5		✓		✓			✓	

Tehnica operațiunilor de Front-Back Office <i>Technical operations Front / Back Office</i>	S.03.O.17	5	✓			✓			✓	✓
Metodologia și Etica cercetării în servicii <i>Methodology and Ethics of research in services</i>	S.03.O.18	5	✓			✓				✓
Practica de specialitate <i>Specialty practice</i>		10	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Teza de master <i>Master Thesis</i>		30	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓