

MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA
MINISTRY OF EDUCATION AND RESEARCH OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA
ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN MOLDOVA
Academy of Economic Studies of Moldova

COORDONAT

COORDINATED BY

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

29.08.2023

Nr. de înregistrare ISL-02-19689
Registration No

Ministru
Minister

Dan PERCIUN

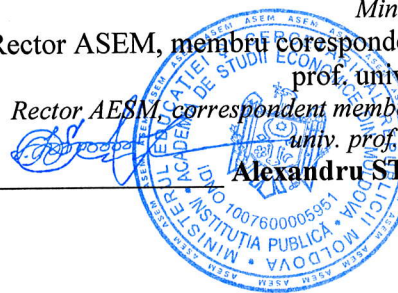
APROBAT

APPROVED

Senatul ASEM
AESM SENATE
25 aprilie/ April 2024
Proces verbal Nr.9
Minutes No

Rector ASEM, membru corespondent AȘM,
prof. univ., dr.hab.

*Rector AESM, correspondent member of ASM,
univ. prof. dr. habil.*
Alexandru STRATAN



PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT
STUDY PLAN

Ciclul I – studii superioare de licență, nivelul de calificare ISCED – 6
Cycle I, Bachelor degree, level of qualification to ISCED – 6

Domeniul general de studiu:

General Field of Study:

Domeniul de formare profesională:

Professional Training Field:

Program de licență:

Licence Programme :

Numărul total de credite de studii:

Total Number of Credits:

Titlul obținut:

Title awarded:

Baza admiterii:

Admission Requirements:

Limba de instruire:

Language of Instruction:

Forma de organizare:

Mode of Study:

041 Științe economice

041 Economic sciences

0414. Marketing și publicitate

0414. Marketing and advertising

0414.1. Marketing și logistică

0414.1. Marketing and logistics

180 ECTS

180 ECTS

Licențiat în Științe economice

Bachelor of Economics

**Diploma de bacalaureat, diploma de studii
profesionale sau un alt act echivalent de studii**
*Baccalaureate Diploma, Diploma of Professional Studies
or an equivalent academic certificate*

Română, rusă

Romanian, russian

Învățământ cu frecvență redusă

Part-time

CHISINAU, 2024

Înregistrat

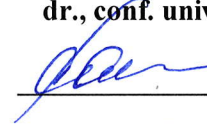
Registered

Agenția Națională de Asigurare a Calității în Educație și Cercetare
National Agency for Quality Assurance in Education and Research

Nr. / No _____ din / from _____

APROBAT
APPROVED BY
Consiliul Calității ASEM
Council of the Quality Assurance AESM

Președinte / Head of the Council
dr., conf. univ./PhD, assoc. prof.

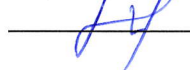


Angela CASIAN

Proces verbal nr. 9 din 22.04.2024
Minutes No

EXAMINAT ȘI AVIZAT
APPROVED BY
Consiliul Facultății Business și Administrarea Afacerilor
Council of the Faculty of Business and Business Administration

Președinte / Head of Faculty Council
dr., conf. univ./PhD, assoc. prof.




Roman LIVANDOVSKI

Proces verbal nr. 8 din 25.03.2024
Minutes No

EXAMINAT ȘI AVIZAT
APPROVED BY
Departamentul Marketing și logistică
Marketing and logistics Department

Șef Departament / Head of Department
dr., conf. univ./PhD, assoc. prof.



Oxana SAVCIUC

Proces verbal nr. 9 din 01.03.2024
Minutes No

CALENDARULUI UNIVERSITAR ACADEMIC CALENDAR						
Termene (date calendaristice exprimate în luni) și durată (număr de săptămâni) Timelines (calendar dates in months) and duration (number of weeks)						
Anul de studii Academic Year	Activități didactice Course Calendar		Sesiuni de examinare Examinations		Stagii de practică Internships	
	Sem. I 1st Sem.	Sem. II 2nd Sem.	Sem. I 1st Sem.	Sem. II 2nd Sem.	Sem. I 1st Sem.	Sem. II 2nd Sem.
I	Octombrie October 2 săpt. 2 weeks	Ianuarie – Februarie January - February 3 săpt. 3 weeks	Ianuarie January 1 săpt. 1 weeks	Aprilie - Mai April - May 1 săpt. 1 weeks	-	-
II	Octombrie October 2 săpt. 2 weeks	Februarie February 3 săpt. 3 weeks	Februarie February 1 săpt. 1 weeks	Mai – Iunie May June 1 săpt. 1 weeks	-	-
III	Noiembrie November 2 săpt. 2 weeks	Martie March 3 săpt. 3 weeks	Martie March 1 săpt. 1 weeks	Aprilie – Mai April - May 1 săpt. 1 weeks	-	Martie – aprilie March - April 5 săpt. 5 weeks
IV	Septembrie September 2 săpt. 2 weeks	-	Ianuarie January 1 săpt. 1 weeks	Mai May 1 săpt. 1 weeks	-	Martie-mai March - May 9 săpt. 9 weeks
Total nr. săpt. Total no. of weeks	8 săpt. 8 weeks	9 săpt. 9 weeks	4 săpt. 4 weeks	4 săpt. 4 weeks	-	14 săpt. 14 weeks

PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE/ANI DE STUDII STUDY PLAN BY SEMESTERS / YEARS OF STUDY										
Cod Code	Denumire a unității de curs Course	Număr total de ore Total Number of Hours				Număr de ore pe tipuri de activități Number of Hours by activities			Forma de evaluare Assessment	Nr. ECTS No. of ECTS
		Total Total	Contact direct ÎF Contact Hours IF	Contact Direct Contact Hours	Studiu Individual Independent Study	Curs Course	Seminar Seminar	Laborator/ Practice Laboratory		
ANUL I de STUDII / 1st YEAR OF STUDY										
SEMESTRUL I / 1st Semester										
Discipline obligatorii Compulsory Courses										
F.01.O.001.21	Microeconomie Microeconomy	150	60	20	130	14	6	-	E	5
F.01.O.002.62	Matematica economică Economic mathematics	150	60	20	130	12	8	-	E	5
G.01.O.003.61	Informatica economică Economic informatics	150	50	16	134	6	-	10	E	5
G.01.O.004.22	Comunicare și	120	40	10	110	6	4	-	E	4

PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE/ANI DE STUDII STUDY PLAN BY SEMESTERS / YEARS OF STUDY										
Cod Code	Denumire a unității de curs Course	Număr total de ore Total Number of Hours				Număr de ore pe tipuri de activități Number of Hours by activities			Forma de evaluare Assessment	Nr. ECTS No. of ECTS
		Total Total	Contact direct ÎF Contact Hours FT	Contact Direct Contact Hours	Studiu Individual Independent Study	Curs Course	Seminar Seminar	Laborator/ Practice Laboratory		
	corespondență de afaceri ¹ Business communication and correspondence									
S.01.O.005.12	Marketing general și business to business General and business to business marketing	180	90	30	150	24	6	-	E	6
G.01.O.006.32	Limba străină de afaceri I (eng., fr., germ., span.) Foreign business language I	150	60	20	130	-	20	-	E	5
Total discipline semestrul I Total number for the 1st Semester		900	360	116	784	62	44	10	6E	30
SEMESTRUL II / 2nd Semester										
Discipline obligatorii Compulsory Courses										
F.02.O.007.21	Macroeconomie Macroeconomy	150	60	20	130	14	6	-	E	5
F.02.O.008.11	Antreprenoriat Entrepreneurship	150	60	20	130	16	4	-	E	5
S.02.O.009.12	Logistică Logistics	150	74	24	126	18	2	4	E	5
F.02.O.010.62	Statistica Statistics	150	60	20	130	12	8	-	E	5
G.02.O.011.32	Limba străină de afaceri II (eng., fr., germ., span.) Foreign business language II	150	60	20	130	-	20	-	E	5
Total discipline semestrul II Total number for the 2 nd semester		750	314	104	646	60	40	4	5E	25
Total pe anul I de studii Total number for the 1st year of study		1650	674	220	1430	122	84	14	11E	55
ANUL II de STUDII / 2nd YEAR OF STUDY										
SEMESTRUL III / 3rd Semester										
Discipline obligatorii Compulsory Courses										
F.03.O.012.62	Econometrie Econometrics	150	60	20	130	12	8	-	E	5
F.03.O.013.13	Merceologia și expertiza	150	60	20	130	14	-	6	E	5

¹ Se va preda în limba română pentru studenții din grupele alolingve

PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE/ANI DE STUDII STUDY PLAN BY SEMESTERS / YEARS OF STUDY										
Cod Code	Denumire a unității de curs Course	Număr total de ore Total Number of Hours				Număr de ore pe tipuri de activități Number of Hours by activities			Forma de evaluare Assessment	Nr. ECTS No. of ECTS
		Total Total	Contact direct ÎF Contact Hours FT	Contact Direct Contact Hours	Studiu Individual Independent Study	Curs Course	Seminar Seminar	Laborator/ Practice Laboratory		
	mărfurilor <i>Merchology and goods expertise</i>									
F.03.O.014.31	Economie mondială și integrare europeană <i>World economy and European integration</i>	120	48	16	104	12	4	-	E	4
S.03.O.015.12	Comportamentul consumatorului <i>Consumer behavior</i>	120	60	20	100	14	6	-	E	4
Disciplină opțională (1 din 4) <i>Optional subjects/courses (1 of 4)</i>										
U.03.A.016.22	Filosofie <i>Philosophy</i>	120	30	10	110	8	2	-	E	4
U.03.A.016.22	Psihologie social-economică <i>Social-economic psychology</i>									
U.03.A.016.22	Doctrină economice <i>Economic doctrines</i>									
U.03.A.016.22	Politologie <i>Political Science</i>									
Total discipline semestrul III <i>Total number for the 3rd semester</i>		660	258	86	574	60	20	6	5E	22
SEMESTRUL IV / 4th Semester										
Discipline obligatorii <i>Compulsory Courses</i>										
S.04.O.017.23	Dreptul afacerilor <i>Business law</i>	120	60	20	100	16	4	-	E	4
F.04.O.018.51	Bazele contabilității <i>Accountancy</i>	150	60	20	130	16	4	-	E	5
S.04.O.019.11	Management <i>Management</i>	120	60	20	100	16	4	-	E	4
S.04.O.020.12	Marketingul serviciilor <i>Marketing of services</i>	120	50	16	104	12	4	-	E	4
Disciplină opțională (1 din 3) <i>Optional subjects/courses (1 of 3)</i>										
S.04.A.021.11	Cultura afacerilor <i>Business culture</i>	120	60	20	100	16	4	-	E	4
S.04.A.021.11	Managementul									

PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE/ANI DE STUDII STUDY PLAN BY SEMESTERS / YEARS OF STUDY										
Cod Code	Denumire a unității de curs Course	Număr total de ore Total Number of Hours				Număr de ore pe tipuri de activități Number of Hours by activities			Forma de evaluare Assessment	Nr. ECTS No. of ECTS
		Total Total	Contact direct ÎF Contact Hours FT	Contact Direct Contact Hours	Studiu Individual Independent Study	Curs Course	Seminar Seminar	Laborator/ Practice Laboratory		
	riscurilor în afaceri Business risk management									
S.04.A.021.11	Logistica aprovizionării Procurement logistics									
Total discipline semestrul IV Total number for the 4th semester		630	290	96	534	76	20	-	5E	21
Total pe anul II de studii Total number for the 2nd year of study		1290	548	182	1108	136	40	6	10E	43
ANUL III de STUDII / 3rd YEAR OF STUDY										
SEMESTRUL V / 5th Semester										
Discipline obligatorii / Compulsory Courses										
S.05.O.022.12	Sisteme informatice în marketing și logistică Information systems in marketing and logistics	120	40	16	104	-	-	16	E	4
F.05.O.023.41	Finanțe Finance	150	60	20	130	14	6	-	E	5
S.05.O.024.12	Depozitarea și gestiunea stocurilor de mărfuri Storage and management of stock of goods	120	60	20	100	14	6	-	E	4
S.05.O.025.12	Tehnici promoționale Promotional techniques	150	74	24	126	18	2	4	E	5
Disciplină opțională (1 din 2) Optional subjects/courses (1 of 2)										
S.05.A.026.12	Marketingul turistic Tourism marketing	120	60	20	100	14	6	-	E	4
S.05.A.026.12	Marketing social - politic Social-political marketing									
Total discipline semestrul V Total number for the 5th semester		660	294	100	560	60	20	20	5E	22
ANUL III de STUDII / 3rd YEAR OF STUDY										
SEMESTRUL VI / 6th Semester										
Discipline obligatorii /										

PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE/ANI DE STUDII STUDY PLAN BY SEMESTERS / YEARS OF STUDY										
Cod Code	Denumire a unității de curs Course	Număr total de ore Total Number of Hours				Număr de ore pe tipuri de activități Number of Hours by activities			Forma de evaluare Assessment	Nr. ECTS No. of ECTS
		Total Total	Contact direct ÎF Contact Hours FT	Contact Direct Contact Hours	Studiu Individual Independent Study	Curs Course	Seminar Seminar	Laborator/ Practice Laboratory		
Compulsory Courses										
S.06.O.027.51	Analiza economică – financiară <i>Analysis of economic and financial activity</i>	150	74	24	126	16	8	-	E	5
S.06.O.028.12	Ecomarketing și etica profesională <i>Ecomarketing and professional ethics</i>	120	60	20	100	14	6	-	E	4
S.06.O.029.12	Cercetări de marketing <i>Marketing researches</i>	150	74	24	126	16	4	4	E	5
S.06.O.030.12	Proiect de cercetare <i>Research project</i>	60	-	-	60				E	2
S.06.O.031.12	Practica de specialitate I <i>Practice in speciality I</i>	180	160	160	20	-	-	-	E	6
Disciplină opțională (1 din 4) <i>Optional subjects/courses (1 of 4)</i>										
S.06.A.032.13	Turism internațional <i>International tourism</i>	120	60	20	100	16	4	-	E	4
S.06.A.032.41	Fiscalitate <i>Fiscality</i>									
S.06.A.032.31	Tehnici de comerț exterior <i>Foreign trade techniques</i>									
S.06.A.032.11	Management inovativ <i>Innovative management</i>									
Total discipline semestrul VI <i>Total number for the 6th semester</i>		780	428	248	532	62	22	4	6E	26
Total pe anul III de studii <i>Total number for the 3rd year of study</i>		1440	722	348	1092	122	42	24	11E	48
ANUL IV de STUDII / 4rd YEAR OF STUDY										
SEMESTRUL VII / 7th Semester										
Discipline obligatorii / <i>Compulsory Courses</i>										
S.07.O.033.12	Marketing internațional <i>International marketing</i>	120	60	20	100	16	4	-	E	4

PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE/ANI DE STUDII STUDY PLAN BY SEMESTERS / YEARS OF STUDY										
Cod Code	Denumire a unității de curs Course	Număr total de ore Total Number of Hours				Număr de ore pe tipuri de activități Number of Hours by activities			Forma de evaluare Assessment	Nr. ECTS No. of ECTS
		Total Total	Contact direct ÎF Contact Hours FT	Contact Direct Contact Hours	Studiu Individual Independent Study	Curs Course	Seminar Seminar	Laborator/ Practice Laboratory		
S.07.O.034.12	Logistica comercială și a transporturilor <i>Commercial and transport logistics</i>	120	44	16	104	12	4	-	E	4
S.07.O.035.12	Marketing online <i>Online marketing</i>	120	44	16	104	4	4	8	E	4
Disciplină opțională (1 din 2) <i>Optional subjects/courses (1 of 2)</i>										
S.07.A.036.12	Tehnici de vânzări <i>Sales techniques</i>	120	44	16	104	12	4	-	E	4
S.07.A.036.12	Marketing inovativ <i>Innovative marketing</i>									
Total discipline semestrul VII <i>Total number for the 7th semester</i>		480	192	68	412	44	16	8	4E	16
ANUL IV de STUDII / 4rd YEAR OF STUDY										
SEMESTRUL VIII / 8th Semester										
Discipline obligatorii <i>Compulsory Courses</i>										
S.08.O.037.12	Practica de specialitate II <i>Practice in speciality II</i>	180	160	160	20	-	-	-	E	6
S.08.O.038.12	Practica de licență <i>License practice</i>	180	60	60	120	-	-	-	E	6
S.08.O.039.12	Examen de licență <i>The undergraduate exam</i>	180	-	-	180	-	-	-	E	6
Total discipline semestrul VIII <i>Total number for the 8th semester</i>		540	220	220	320	-	-	-	3E	18
Total pe anul IV de studii <i>Total number for the 4th year of study</i>		1020	412	288	732	44	16	8	7E	34
TOTAL GENERAL pe anii de studii <i>TOTAL NUMBER for the programme</i>		5400	2356	1038	4362	424	182	52	39E	180

STAGIILE DE PRACTICĂ INTERNSHIPS							
Tipul stagiului de practică <i>Internship Type</i>		Anul de studii <i>Year of study</i>	Semestrul <i>Semester</i>	Durata/ <i>Term</i>		Perioada desfășurării <i>Terms</i>	Nr ECTS <i>No. of ECTS</i>
				nr. săptămâni <i>No. of weeks</i>	Nr. Ore <i>No. of Hours</i>		
1.	Practica de specialitate I <i>Internship I</i>	III	6	5	180	Aprilie – mai	6
2.	Practica de specialitate II <i>Internship II</i>	IV	8	5	180	Martie - aprilie	6
3.	Practica de licență <i>Bachelor Internship</i>	IV	8	4	180	Aprilie - mai	6
Total Total				14	540		18

FORMA DE EVALUARE FINALĂ A STUDIILOR FORM OF FINAL EVALUATION OF STUDIES			
Nr. crt. <i>No.</i>	Forma de evaluare finală a studiilor <i>Form of final evaluation of studies</i>	Perioada <i>Period</i>	Nr ECTS <i>Number of ECTS</i>
1.	Susținerea tezei de licență <i>Bachelor's Thesis Defense</i>	Sem. VIII, Mai – Iunie <i>Semester 8th, may - june</i>	6

UNITĂȚI DE CURS LA LIBERA ALEGERE ELECTIVES									
Cod <i>Code</i>	Denumirea unității de curs <i>Course unit</i>	Număr total de ore <i>Number of hours</i>			Număr de ore pe tipuri de activități <i>Number of hours by types of activities</i>			Forma de evaluare <i>Assessment</i>	Nr. ECTS <i>Credits ECTS</i>
		Total <i>Total</i>	Contact direct <i>Contact Hours</i>	Studiu individual <i>Independent Study</i>	Curs <i>Lecture</i>	Seminar <i>Seminars</i>	Laborator <i>Laboratory/ Work</i>		
Anul I, semestrul I/ Year I, Semester I									
G.01.LA.22	Limba română pentru alolingvi <i>Romanian for Non-Native Speakers</i>	120	60	60	-	60	-	E	4
G.01.LA.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.) <i>Foreign Language II (English, French, German, Spanish)</i>	120	60	60	-	60	-	E	4
F.01.LA.62	Elemente de matematică în economică <i>Elements of Mathematics in Economics / Mathematics in economics</i>	120	60	60	-	60	-	E	4
Anul I, semestrul II/ Year I, Semester II									
G.02.LA.22	Limba română pentru alolingvi	120	60	60	-	60	-	E	4

UNITĂȚI DE CURS LA LIBERA ALEGERE ELECTIVES									
Cod Code	Denumirea unității de curs Course unit	Număr total de ore Number of hours			Număr de ore pe tipuri de activități Number of hours by types of activities			Forma de evaluare Assessment	Nr. ECTS Credits ECTS
		Total Total	Contact direct Contact Hours	Studiu individual Independent Study	Curs Lecture	Seminar Seminars	Laborator Laboratory Work		
	<i>Romanian for Non-Native Speakers</i>								
G.02.LA.32	Scriere academică în limba engleză <i>Academic English Writing</i>	60	30	30	16	14	-	E	2
S.02.LA.61	Excel pentru afaceri <i>Excel for Business</i>	60	30	30	14	-	16	E	2
G.02.LA.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.) <i>Foreign Language II (English, French, German, Spanish)</i>	60	30	30	-	30	-	E	2
Anul II, semestrul III/ Year II, Semester III									
F.03.LA.21	Metode și tehnici de cercetare <i>Research Methods and Techniques</i>	60	30	30	-	30	-	E	2
G.03.LA.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.) <i>Foreign Language II (English, French, German, Spanish)</i>	60	30	30	-	30	-	E	2
Anul II, semestrul IV/ Year II, Semester IV									
S.04.LA.42	Activitatea instituțiilor de credit nebancale <i>Non-Banking Credit Institutions Activity</i>	60	30	30	16	14	-	E	2
S.04.LA.42	Finanțarea nebancalei a întreprinderilor mici și mijlocii <i>Non-Bank Financing of SME</i>	60	30	30	16	14	-	E	2
G.04.LA.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.) <i>Foreign Language II (English, French, German, Spanish)</i>	60	30	30	-	30	-	E	2
Anul III, semestrul V/ Year III, Semester V									

UNITĂȚI DE CURS LA LIBERA ALEGERE									
ELECTIVES									
Cod Code	Denumirea unității de curs Course unit	Număr total de ore Number of hours			Număr de ore pe tipuri de activități Number of hours by types of activities			Forma de evaluare Assessment	Nr. ECTS Credits ECTS
		Total Total	Contact direct Contact Hours	Studiu individual Independent Study	Curs Lecture	Seminar Seminars	Laborator Laboratory Work		
G.05.LA.22	Correspondența de afaceri în limba străină <i>Foreign Language Business Correspondence</i>	60	30	30	-	30	-	E	2
S.05.LA.11	Protecția proprietății intelectuale <i>Protection of Intellectual Property</i>	60	30	30	16	14	-	E	2
G.05.LA.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.) <i>Foreign Language II (English, French, German, Spanish)</i>	60	30	30	-	30	-	E	2

MODULUL PSIHOPEDEGOGIC									
PSYCHO-PEDAGOGICAL MODULE									
Cod Code	Denumirea activității didactice continuă Continuing education activity	Total ore Total Number of Hours			Număr de ore pe tipuri de activități Number of Hours by activities			Forma de evaluare Assessment	Nr. ECTS / No. of ECTS
		Total Total	Contact direct Contact hours	Studiu individual Independent Study	Curs Course	Seminar Seminar	Practice/ Laboratory		
Semestrul I / 1st Semester									
F.01.O.01	Pedagogie generală <i>General Pedagogy</i>	240	60	180	32	28	-	E	8
F.01.O.02	Teoria și metodologia curriculumului <i>Curriculum Theory and Methodology</i>	120	30	90	16	14	-	E	4
F.01.O.03	Psihologia educației <i>Educational Psychology</i>	120	30	90	16	14	-	E	4
S.01.O.04	Teoria și metodologia instruirii <i>Theory and Methodology of Instruction</i>	120	35	85	15	20	-	E	4
S.01.O.05	Teoria și metodologia evaluării <i>Assesment Theory and Methodology</i>	120	35	85	15	20	-	E	4

S.01.O.06	Management educațional <i>Educational Management</i>	90	30	60	15	15	-	E	3
S.01.O.07	Comunicare educațională <i>Educational Communication</i>	90	30	60	15	15	-	E	3
Semestrul II / 2nd Semester									
S.02.O.08	Practica pedagogică <i>Pedagogical Internship</i>	900	900	-	-	-	900	E	30
TOTAL / TOTAL		1800	1150	650	124	126	900	8E	60

MINIMUM CURRICULAR INIȚIAL, DE ORIENTARE CĂTRE ALT DOMENIU CURRICULAR PREREQUISITE									
Cod <i>Code</i>	Denumirea activității didactice continuă <i>Continuing education activity</i>	Total ore <i>Total Number of Hours</i>			Număr de ore pe tipuri de activități <i>Number of Hours by activities</i>			Forma de evaluare <i>Assessment</i>	Nr. ECTS <i>No. of ECTS</i>
		Total Total	Contact direct <i>Contact hours</i>	Studiu individual <i>Independent Study</i>	Curs Course	Seminar Seminar	Practice / Laborator <i>Laboratory</i>		
F.01.O.001.21	Microeconomie <i>Microeconomy</i>	150	60	90	30	30	-	E	5
S.01.O.005.12	Marketing general și business to business <i>General and business to business marketing</i>	180	60	120	30	30	-	E	6
F.02.O.008.21	Macroeconomie <i>Macroeconomy</i>	150	60	90	30	30	-	E	5
F.02.O.011.62	Statistica <i>Statistics</i>	150	60	90	30	30	-	E	5
F.03.O.019.51	Bazele contabilității <i>Accountancy</i>	150	60	90	30	30	-	E	5
S.03.O.020.11	Management <i>Management</i>	120	60	60	30	30	-	E	4
TOTAL / TOTAL		900	360	540	180	180	-	6E	30

MATRICEA CORELĂRII REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII A PROGRAMULUI 0414.1 MARKETING ȘI LOGISTICĂ (FRECVENȚĂ REDUSĂ) CU CELE ALE UNITĂȚILOR DE CURS COMPLIANCE OF 0414.1 MARKETING ȘI LOGISTICS (PART-TIME) PROGRAMME LEARNING OUTCOMES WITH COURSE OUTCOMES																							
Unitatea de curs <i>Course Unit</i>	Cod <i>Code</i>	Nr. ECTS <i>No. of ECTS</i>	Rezultatele învățării / <i>Learning Outcomes</i>																				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Microeconomie <i>Microeconomy</i>	F.01.O.001.21	5	V	V	V	V																	
Matematica economică <i>Economic mathematics</i>	F.01.O.002.62	5	V	V	V	V														V	V	V	V
Informatica economică <i>Economic informatics</i>	G.01.O.003.61	5	V	V	V	V						V	V						V	V	V	V	V
Comunicare și correspondență de afaceri ¹ <i>Business communication and correspondence</i>	G.01.O.004.22	4										V				V	V						
Marketing general și business to business <i>General and business to business marketing</i>	S.01.O.005.12	6	V	V	V	V					V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Limba străină de afaceri I (eng., fr., germ., span.) <i>Foreign business language I</i>	G.01.O.006.32	5										V				V	V						
Macroeconomie <i>Macroeconomy</i>	F.02.O.007.21	5	V	V	V	V																	
Antreprenoriat <i>Entrepreneurship</i>	F.02.O.008.11	5	V	V	V	V					V	V	V	V	V								
Logistică <i>Logistics</i>	S.02.O.009.12	5	V	V	V	V					V	V	V	V	V					V	V	V	V
Statistica <i>Statistics</i>	F.02.O.010.62	5	V	V	V	V														V	V	V	V

¹ Se va preda în limba română pentru studenții din grupele atolingve

**MATRICEA CORELĂRII REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII A PROGRAMULUI 0414.1 MARKETING ȘI LOGISTICĂ (FRECVENȚĂ REDUSĂ)
 CU CELE ALE UNITĂȚILOR DE CURS
 COMPLIANCE OF 0414.1 MARKETING ȘI LOGISTICS (PART-TIME) PROGRAMME LEARNING OUTCOMES WITH COURSE OUTCOMES**

Unitatea de curs <i>Course Unit</i>	Nr. ECTS <i>No. of ECTS</i>	Cod <i>Code</i>	Rezultatele învățării / <i>Learning Outcomes</i>																				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Limba străină de afaceri II (eng., fr., germ., span.) <i>Foreign business language II</i>	5	G.02.O.011.32											V			V	V						
Econometrie <i>Econometrics</i>	5	F.03.O.012.62	V	V	V	V													V		V		V
Merceologia și expertiza mărilor <i>Merceology and goods expertise</i>	5	F.03.O.013.13							V				V										
Economie mondială și integrare europeană <i>World economy and European integration</i>	4	F.03.O.014.31	V	V	V										V								
Comportamentul consumatorului <i>Consumer behavior</i>	4	S.03.O.015.12	V	V	V	V	V	V	V	V	V					V	V	V	V	V	V	V	V
Filosofie <i>Philosophy</i>	4	U.03.A.016.22	V	V	V																		
Psihologie social-economică <i>Social-economic psychology</i>	4	U.03.A.016.22			V	V	V									V			V		V		V
Doctrin economice <i>Economic doctrines</i>	4	U.03.A.016.22	V	V	V																		
Politologie <i>Political Science</i>	4	U.03.A.016.22	V	V	V																		
Dreptul afacerilor <i>Business law</i>	4	S.04.O.017.23	V	V	V	V	V	V	V						V								

Unitatea de curs Course Unit		Cod Code	Nr. ECTS No. of ECTS	Rezultatele învățării / Learning Outcomes																				
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Bazele contabilității <i>Accountancy</i>	F.04.O.018.51	5	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Management <i>Management</i>	S.04.O.019.11	4	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Marketingul serviciilor <i>Marketing of services</i>	S.04.O.020.12	4						V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Cultura afacerilor <i>Business culture</i>	S.04.A.021.11	4										V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Managementul riscurilor în afaceri <i>Business risk management</i>	S.04.A.021.11	4	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Logistica aprovizionării <i>Procurement logistics</i>	S.04.A.021.11	4													V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Sisteme informatice în marketing și logistică <i>Information systems in marketing and logistics</i>	S.05.O.022.12	4	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Finanțe <i>Finance</i>	F.05.O.023.41	5	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Depozitarea și gestiunea stocurilor de mărfuri <i>Storage and management of stock of goods</i>	S.05.O.024.12	4																						
Tehnici promoționale <i>Promotional techniques</i>	S.05.O.025.12	5			V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Marketingul turistic <i>Tourism marketing</i>	S.05.A.026.12	4																						
Marketing social – politic <i>Social-political</i>	S.05.A.026.12	4						V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V

MATRICEA CORELĂRII REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII A PROGRAMULUI 0414.1 MARKETING ȘI LOGISTICĂ (FRECVENȚĂ REDUSĂ) CU CELE ALE UNITĂȚILOR DE CURS COMPLIANCE OF 0414.1 MARKETING ȘI LOGISTICS (PART-TIME) PROGRAMME LEARNING OUTCOMES WITH COURSE OUTCOMES																							
Unitatea de curs Course Unit	Cod Code	Nr. ECTS No. of ECTS	Rezultatele învățării / Learning Outcomes																				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
marketing																							
Analiza economico – financiară <i>Analysis of economic and financial activity</i>	S.06.O.027.51	5																			V	V	V
Eomarketing și etica profesională <i>Ecomarketing and professional ethics</i>	S.06.O.028.12	4								V	V	V	V								V	V	V
Cercetări de marketing <i>Marketing researches</i>	S.06.O.029.12	5	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V			V	V	V	V	V	V	V	V
Proiect de cercetare <i>Research project</i>	S.06.O.030.12	2	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V			V	V	V	V	V	V	V	V
Practica de specialitate I <i>Practice in speciality I</i>	S.06.O.031.12	6	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V			V	V	V	V	V	V	V	V
Turism internațional <i>International tourism</i>	S.06.A.032.13	4	V	V																			
Fiscalitate <i>Fiscality</i>	S.06.A.032.41	4	V	V				V															
Tehnici de comerț exterior <i>Foreign trade techniques</i>	S.06.A.032.31	4	V	V				V	V												V	V	V
Management inovativ <i>Innovative management</i>	S.06.A.032.11	4	V	V	V	V	V	V	V			V										V	V
Marketing internațional <i>International marketing</i>	S.07.O.033.12	4						V	V	V	V										V	V	V
Logistica comercială și a transporturilor <i>Commercial and transport</i>	S.07.O.034.12	4						V													V	V	V

Unitatea de curs Course Unit		Cod Code	Nr. ECTS No. of ECTS	Rezultatele învățării / Learning Outcomes																					
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
<i>logistics</i>																									
Marketing online <i>Online marketing</i>		S.07.O.035.12	4			V	V	V	V	V	V							V	V	V	V	V	V	V	V
Tehnici de vânzări <i>Sales techniques</i>		S.07.A.036.12	4															V	V	V	V	V	V	V	V
Marketing inovațional <i>Innovative marketing</i>		S.07.A.036.12	4	V	V	V												V	V	V	V	V	V	V	V
Practica de specialitate II <i>Practice in speciality II</i>		S.08.O.037.12	6	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Practica de licență <i>License practice</i>		S.08.O.038.12	6	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Examen de licență <i>The undergraduate exam</i>		S.08.O.039.12	6	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V

LISTA REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII/ LEARNING OUTCOMES:

Finalitățile se vor realiza prin valorificarea conținutului unităților de curs, dar și prin utilizarea adecvată a activităților de predare - învățare - cercetare - evaluare.

La finalizarea studiilor studentul poate:

1. aplica principiile, normele și valorile fundamentale ale științei economice în desfășurarea activității profesionale;
2. evalua factorii mediului intern și extern și impactul asupra funcționării organizației/ramurii/economiei naționale, aplicând măsuri preventive pentru a minimiza riscurile;
3. analiza procesele micro și macro economice, identificând instrumentarul de cercetare, în funcție de obiective și obiectul de studiu, utilizând tehnici și instrumente digitale;
4. 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. elabora programe și proiecte de orientare spre piață, contribuind la satisfacerea nevoilor consumatorilor;
6. ajusta activitățile operaționale conform intereselor consumatorilor/publicului-țintă, asigurând realizarea proiectelor de orientare spre piață;
7. aplica prevederile cadrului normativ asociat funcționării eficiente a entității, respectând inclusiv codul deontologic al marketerului, existent la nivel național și internațional;
8. elabora un plan de activitate în domeniul marketingului, stabilind obiectivele, responsabilitățile, costurile, riscurile;
9. contribui la realizarea politicii de produs, prin instrumentele aferente;
10. evalua sensibilitatea cererii față de preț, propunând programe de stimulare a vânzărilor și urmărind realizarea conformă a distribuției produselor: transportare, depozitare, stocare, recepție;
11. contribui la implementarea instrumentelor și a tehnicilor de promovare adoptate în întreprindere / organizație;
12. 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. contribui la implementarea strategiilor, politicilor, planurilor de achiziționare, prin utilizarea sistemelor informatice complexe;
14. contribui la monitorizarea și ajustarea strategiilor, politicilor și planurilor de stocare și distribuție, prin utilizarea sistemelor informatice complexe;
15. 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. implementa și coordona realizarea campaniilor de comunicare în marketing, consultând diverse rapoarte și soft-uri;
17. elabora conținuturi publicitare, asigurând validarea acestora și plasarea în mass-media;
18. elabora media-planuri, bazându-se pe clasamentele de rating generate de softurile specializate în domeniu, monitorizând realizarea conformă a acestora;
19. determina și analiza indicatorii de performanță prin care poate fi evaluat marketingul și logistica;
20. prognoza indicatorilor de performanță în contextul planificării strategice de marketing;
21. 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.

LEARNING OUTCOMES:

The learning outcomes will be achieved by exploiting the content of the course units, as well as through the appropriate implementation of teaching-learning-research-assessment activities.

Upon completion of studies, the student will be qualified to:

1. *apply the principles, rules and fundamental values of economic science in the conduct of professional activity;*
2. *assess internal and external environmental factors and their impact on the functioning of the organisation/country/economy, applying preventive measures to minimise risks;*
3. *analyse micro and macro-economic processes, identifying research tools, according to the objectives and the object of study, using digital techniques and tools;*

4. carry out marketing research based on relevant and objective sources of information, with the aim of interpreting and forecasting current and future market trends, using digital techniques and tools;
5. develop market-oriented programmes and projects, contributing to meeting consumer needs;
6. adjust operational activities according to the interests of consumers/target audiences, ensuring the implementation of market-oriented projects;
7. apply the provisions of the regulatory framework associated with the effective functioning of the entity, including compliance with the national and international code of ethics for marketers;
8. draw up a marketing activity plan, establishing objectives, responsibilities, costs and risks;
9. to contribute to the implementation of the product policy, using the related tools;
10. evaluate the sensitivity of demand to price, proposing sales stimulation programmes and ensuring that product distribution is carried out in accordance with the rules: transport, storage, warehousing, reception;
11. contribute to the implementation of the promotional tools and techniques adopted in the company/organisation;
12. use creative techniques to identify marketing solutions, including communication and teamwork skills and the use of specialised software;
13. contribute to the implementation of strategies, policies, purchasing plans, using complex IT systems;
14. contribute to the monitoring and adjustment of strategies, policies and stock and distribution plans, using complex IT systems;
15. developing the communication strategy according to the objectives set, including by using data generated by various sites, platforms, contributing to increasing the awareness and visibility of companies, brands in the market;
16. implement and coordinate the implementation of marketing communication campaigns, consulting various reports and software;
17. develop advertising content, ensuring its validation and placement in the media;
18. developing media plans, based on the rating rankings generated by specialised software in the field, monitoring their compliance;
19. determine and analyse performance indicators by which marketing and logistics can be evaluated;
20. forecast performance indicators in the context of strategic marketing planning;
21. evaluate the results of marketing and logistics activities, in order to contribute to the efficiency of activities and increase the competitiveness of the enterprise /organisation, implicitly through digital tools for generating primary data and reports.

NOTA EXPLICATIVĂ/ EXPLANATORY NOTE

1. Descrierea programului de studii. / Description of the Study Programme

Profilul specialității: Programul de studii **0414.1 Marketing și logistică** se înscrie în domeniul fundamental al științei, culturii și tehnicii **04. Științe sociale**, domeniului general de studiu **041. Științe economice**, domeniului de formare profesională **0414. Marketing** și este în corespundere cu [Nomenclatorul domeniilor de formare profesională și al specialităților în învățământul superior](#), aprobat prin HG nr. 482 din 28.06.2017. [Plan-cadru pentru studii superioare de licență \(ciclul I\), de masterat \(ciclul II\) și integrate](#) aprobat prin Ordinul MEEC nr.120 din 10.02.2020, [Codul Educației al Republicii Moldova](#) nr. 152 din 17 iulie 2014.

Caracteristicile-cheie ale programului de studii 0414.1 Marketing și logistică sunt:

Forma de organizare: învățământul cu frecvență și / sau învățământul cu frecvență redusă; **durata studiilor:** 3 ani la învățământul cu frecvență și 4 ani la învățământul cu frecvență redusă; **credite de studii:** 180 credite ECTS.

La studiile de licență la acest program se pot înscrie: deținătorii diplomelor de bacalaureat sau un act echivalent de studii; diplomelor de colegiu; diplomelor de studii superioare. **Limba de studiu** la programul **0414.1 Marketing și logistică** este română sau rusă. De unde rezultă ca **precondiții:** la programul de studii **0414.1 Marketing și logistică** cunoașterea limbii ruse la un nivel avansat. Absolvenții programului de studii **0414.1 Marketing și logistică** se certifică prin: Diplomă de licență, iar titlul obținut este de licențiat în științe economice.

Conform prevederilor Regulamentului de organizare a studiilor superioare de licență (ciclul I) și integrate (Ordinul Ministerului Educației, Culturii și Cercetării nr.1625 din 12.12.2019, art.12), pentru deținătorii diplomelor de studii profesionale (învățământ profesional tehnic postsecundar), din domeniul general de studii **Științe Economice**, doritori de a continua studiile la programul **0414.1 Marketing și logistică**, la învățământul cu

frecvență redusă, li se pot recunoaște discipline și creditele aferente din Planul de învățământ, după cum este stipulat în tabelul de mai jos:

Disciplinele și creditele de studii recunoscute/ Courses and ECTS recognised

<i>Denumirea unității de curs/ Course</i>		<i>Total ore/ Total Number of Hours</i>	<i>Nr. P.C./No. of PC</i>
1.	Microeconomie <i>Microeconomy</i>	150	5
2.	Informatica economică <i>Economic informatics</i>	150	5
3.	Comunicare și corespondență de afaceri <i>Business communication and correspondence</i>	120	4
4.	Statistică <i>Statistics</i>	150	5
5.	Antreprenoriat <i>Entrepreneurship</i>	150	5
O disciplină opțională			
6.	Filosofie <i>Philosophy</i>	120	4
	Doctrină economică <i>Economic doctrines</i>		
	Politologie <i>Political Science</i>		
	Psihologie social-economică <i>Social-economic psychology</i>		
Total / Total		840	28

2. Cunoștințele, abilitățile și competențele asigurate de programul de studii. / The knowledge, skills and competences provided by the programme of study

Concepția dezvoltării specialistului la Programul de studii **0414.1 Marketing și logistică** rezidă în formarea/dezvoltarea de competențe *transversale și profesionale generale și specifice*, necesare pentru activitatea profesională de licențiat în științe economice cu competențe mai ample în domeniul marketingului și a logisticii. Beneficiarii Programului de studii **0414.1 Marketing și logistică** vor acumula cunoștințe temeinice privind rolul funcției de marketing în întreprinderi și organizații, își vor dezvolta abilități specializate pentru soluționarea problemelor în materie de cercetări de marketing, elaborarea politicilor și a instrumentelor de marketing; aplicarea tehnicilor de comunicare și promovare; planificarea și realizarea operațiunilor logistice, etc. Absolvenții programului de studii **0414.1 Marketing și logistică** vor demonstra competențe profesionale corespunzătoare cerințelor pieței muncii, precum și transversale prin gestionarea situațiilor de muncă complexe, imprevizibile și care impun abordări strategice pertinente, prin asumarea de responsabilități în implementarea cunoștințelor teoretico-practice atât individual, cât și în grup etc. Totodată, absolvenții programului de studii **0414.1 Marketing și logistică** vor fi capabili să activeze atât în firmele comerciale, cât și cele non-profit.

În conformitate standardul de calificare la programului de studii **0414.1 Marketing și logistică**, au fost stabilite următoarele trei categorii de **competențe**:

COMPETENȚE TRANSVERSALE (CT)	CT 1. Dezvoltarea personală și profesională CT 2. Managementul timpului CT 3. Autonomie și responsabilitate CT 4. Colaborare și munca în echipă CT 5. Agilitate CT 6. Comunicare eficientă CT 7. Competențe digitale
COMPETENȚELE GENERALE (sectoriale/transsectoriale) (CG)	CG1. Utilizarea cunoștințelor fundamentale de teorie economică 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

	<p>indicatorilor, strategiilor și politicilor adecvate domeniului de activitate</p> <p>CG4. Utilizarea software și a sistemelor de calcul și operare a datelor specifice domeniului de activitate</p> <p>CG5. Organizarea activității conform cadrului juridic specific domeniului de activitate</p>
<p>COMPETENȚE PROFESIONALE (CP)</p>	<p>CP 1. Realizarea cercetărilor de marketing</p> <p>CP2. Conceperea și realizarea programelor și a proiecte de orientare spre piață</p> <p>CP3. Realizarea politicii de marketing a întreprinderii</p> <p>CP4. Valorificarea potențialului creativ în abordarea problemelor profesionale</p> <p>CP5. Realizarea activităților de achiziționare</p> <p>CP6. Realizarea activităților logistice</p> <p>CP7. Implementarea politicii de comunicare în marketing</p> <p>CP8. Elaborarea conținutului publicitar</p> <p>CP9. Monitorizarea indicatorilor de performanță în marketing și logistică</p> <p>CP10. Evaluarea performanțelor în marketing și logistică</p>

3. Obiectivele programului de studii, inclusiv corespunderea acestora misiunii universității/ *The objectives of the study programme, including the compliance with the mission of the university*

În conformitate cu **misiunea** asumată de Academia de Studii Economice din Moldova ” de a crea noi cunoștințe și a pregăti specialiști de înaltă calificare în cele mai diferite domenii ale științelor economice, precum și în domenii adiacente, capabili să participe ca antreprenori și forță de muncă activă și productivă într-o piață competitivă și ca cetățeni într-o societate democratică în continuă schimbare” și **viziunea** Academiei de Studii Economice din Moldova – ”universitate angajată în viitor – o universitate de referință pentru zona Europei Centrale și de Est, asumându-și vocația și valorile statuate la înființare, precum și voința de schimbare și adaptare la noile imperative ale timpului”, de rând cu Statutul ASEM, Strategia de dezvoltarea ASEM 2023-2028, Strategia de cercetare ASEM, Strategia de internaționalizare ASEM, Programul de studii **0414.1 Marketing și logistică** are **Scopul** de a forma specialiști / cercetători profesioniști și competitivi în *domeniul științelor economice și administrative, precum și în alte subdomenii ale științelor sociale și umanist*. Specialiștii sunt instruiți în vederea realizării de activități de marketing în întreprinderi, organizații și instituții ale statului, prin creare și realizare de programe de marketing axate spre realizarea obiectivelor organizațiilor; planificarea și realizarea operațiunilor logistice.

4. Racordarea programului de studii și a conținuturilor din Planul de învățământ la tendințele internaționale în domeniu/ *Adjusting the programme of study to the international trends in the domain*

Planul de învățământ la programul de studii **0414.1 Marketing și logistică** este racordat la recomandările Clasificării Internaționale Standard a Educației (ISCED), elaborate de UNESCO, Standardele și liniile directoare pentru asigurarea calității în Spațiul European al Învățământului Superior (ESG), 2015, prin implementarea componentelor: temporală, formativă, de acumulare și de evaluare prevăzute în Planul-cadru pentru studii superioare de licență (ciclul I), de master (ciclul II) și integrate, aprobat prin Ordinul MECC nr.120 din 10.02.2020, Regulamentului de organizare a studiilor superioare de licență (ciclul I) și integrate, aprobat prin ordinul nr. 1265 din 12.12.2019. Planul de învățământ, răspunde cerințelor contemporane ale învățământului universitar, fiind aliniat la Standardele Internaționale de Educație după care se pregătesc specialiști în domeniul **Marketingului și logisticii**, oferind posibilitatea ca absolvenții să poată intra direct pe piața muncii sau să-și continue studiile prin programele masterat.

5. Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social/ *Assessing the expectations of the economic and social sectors*

În procesul de perfecționare a Planului de studii la programul **0414.1 Marketing și logistică**, se ține cont permanent de informațiile și aprecierile angajatorilor în urma realizării stagiilor de practică de producere și de licență (inclusiv prin chestionarea acestora, fișe de post a angajaților din domeniu), prin analiza rapoartelor Comisiilor de licență, dar și din contactul direct cu angajatorii, care sunt invitați anual la desfășurarea unor lecții practice prin prezentarea de studii de caz relevante domeniului marketing și logistică. Adicional, consultăm necesitățile angajatorilor în timpul târgurilor locurilor de practică/ lucru. Mulți angajatori sunt invitați să participe la seminarele practico-științifice organizate anual de Departamentul Marketing și logistică, în rezultatul cărora

putem evalua tendințele domeniului de specialitate și face ajustări la nivelul Planului de studii, dar și a conținutului curricular pe discipline.

6. Consultarea partenerilor în procesul de elaborare a programului de studii / Consulting the partners in the process of developing the study programme

În procesul de elaborare a planului de studii la programul **0414.1 Marketing și logistică** s-a efectuat: analiza documentelor normative și reglatoare cu referire la procesele educaționale în învățământul superior; analiza prealabilă referitoare la nevoile specifice exprimate de clienți, beneficiari și parteneri (cadre științifico-didactice, absolvenți, studenți și firme sau organizații interesate) precum Asociația Agențiilor de Publicitate, Moldtelecom S.A., MAIB S.A., compania de consultanță Xplaine SRL, oferta educațională a unor universități de top din România și alte țări europene. În contextul celor menționate, s-au analizat cele mai noi direcții de dezvoltare în domeniul de formare; s-a făcut analiza comparativă a planurilor de studii pe baza unor modele de la universități de prestigiu din țară și străinătate; analiza metodologiilor specifice actuale de predare în domeniu; analiza și evaluarea prealabilă a propunerilor venite din partea unor specialiști externi/studenți; analiza neconformităților constatate pe parcursul anilor universitari precedenți.

7. Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă / Relevance of the study programme for the labour market

Relevanța prezentului program de studii rezultă din obiectivele stabilite în *CONCEPTUL Strategiei de dezvoltare a educației pentru anii 2021-2030 „Educația-2030”, Strategia națională de dezvoltare „Moldova 2030”* și în strategiile instituționale: [Strategia de dezvoltare ASEM](#), [Strategia de internaționalizare a ASEM](#) care etalează imperativitatea forței de muncă calificată, cu studii superioare de licență în domeniul **0414.1 Marketing și logistică**.

Schimbarea rapidă a mediului de afaceri, inclusiv sub influența pandemiei de Covid-19 și a crizelor actuale, impune agenților economici noi reguli de joc și noi metode de interacțiune cu clienții. Astfel, pe piața forței de muncă se constată o cerere în creștere privind specialiștii în marketing, logistică, implicit comunicare de marketing. Schimbarea valorilor consumatorilor, limitele de deplasare fizică a acestora, dar și restricțiile de activitate ale unor agenți economici, au condiționat apariția de noi tehnici de vânzare, de comunicare la distanță cu beneficiarii, de livrare a produselor, de acordare de servicii, de efectuare a plăților, de transportare, etc. în condiții de siguranță, ca rezultat fiind importantă evaluarea satisfacției clienților și perfecționarea / optimizarea proceselor de marketing și logistică din întreprinderi și organizații. Noul Plan de studii la programul **0414.1 Marketing și logistică** conține discipline care ar contribui la formarea acestor competențe și abilități actuale pe piața muncii la nivel local, dar și internațional.

8. Posibilitățile de angajare a absolvenților/ Employment opportunities for the graduates

Absolvenții **programului de studii 0414.1 Marketing și logistică** se pot realiza prin prisma competențelor și abilităților obținute în procesul de studiu pe toate palierele de dezvoltare a economiei Republicii Moldova.

În conformitate cu [Clasificatorul ocupațiilor din Republica Moldova](#) (006-2021), absolvenții acestui program pot activa în calitate de:

- 243101 Analist/analistă în publicitate și marketing,
- 243102 Analist/analistă studii de piață
- 243103 Brand manager de produs
- 243104 Copywriter (textier/textieră) publicitate
- 243105 Manager în publicitate și marketing
- 243106 Merchandiser
- 243107 Planificator/planificatoare media
- 243108 Social media manager
- 243109 Specialist/specialistă în achiziționarea spațiului publicitar
- 243110 Specialist/specialistă în marketing (marketolog/marketologă)
- 243111 Specialist/specialistă în prețuri
- 243112 Specialist/specialistă în publicitate
- 243113 Specialist/specialistă marketing în rețea
- 243114 Telemarketologa
- 243206 Organizator/organizatoare târguri și expoziții
- 243207 Prezentator/prezentatoare expoziții
- 243209 Specialist/specialistă în activitatea de lobby
- 243211 Specialist/specialistă în relații publice

- 243302 Manager în vânzări
- 243305 Specialist/specialistă operațiuni comerciale
- 243306 Specialist/specialistă servicii postvânzare
- 332301 Administrator/administratoare achiziții
- 333102 Coordonator/coordonatoare expediții și logistică

9. Accesul la studii a titularilor de diplome obținute după finalizarea respectivului program de studii/ Admission of diploma holders to studies after the completion of the respective study programme

Competențele, deprinderile și cunoștințele dobândite pe parcursul studiilor superioare de licență (ciclul I/nivelul 6 ISCED) pot fi aprofundate prin continuarea studiilor la programele de masterat (nivelul 7 ISCED) din [domeniul științe economice](#), la programe de masterat din alte domenii de studii după acumularea minimului curricular și luând în considerare prevederile art.90 (6) al Codului educației al Republicii Moldova nr.152 din 17.07.2014 (acumularea cel puțin a 300 credite de studii pe parcursul ciclului I și ciclului II), dar și programe de formare continuă pe tot parcursul vieții, asigurându-se educația și dezvoltarea profesională continuă a absolvenților, în concordanță cu nevoile societății manifestate pe piața forței de muncă.

EXPLANATORY NOTE

1. Description of the Study Programme.

Specialty profile: the 0414.1 Marketing and logistics study programme is part of the fundamental field of science, culture and technology **04. Social sciences**, general field of study **041. Economic sciences**, field of study **0414. Marketing** and is in accordance with the **Nomenclature of Vocational Education and Training Fields and Specialities in Higher Education, approved by GD No. 482 of 28.06.2017.**

The key features of the **0414.1 Marketing and Logistics** study programme are:

Form of organisation: full-time and/or part-time education; duration of studies: 3 years in full-time education and 4 years in part-time education; study credits: 180 ECTS credits.

The following can apply for the Bachelor's degree in this programme: holders of baccalaureate diplomas or equivalent; college diplomas; higher education diplomas. The language of study for the **0414.1 Marketing and Logistics** programme is Romanian or Russian. Hence as prerequisites: for the **0414.1 Marketing and Logistics** programme, knowledge of Russian at an advanced level. Graduates of the **0414.1 Marketing and Logistics** study programme are certified by: a Bachelor's degree and the title obtained is Bachelor of Economics.

According to the provisions of the Regulation on the organization of bachelor (cycle I) and integrated higher studies (Order of the Ministry of Education, Culture and Research no.1625 of 12.12.2019, art.12), for holders of professional studies diplomas (post-secondary technical vocational education) in the general field of study Economic Sciences, those wishing to continue their studies in the program 0414.1 Marketing and Logistics, in part-time education may be recognized subjects and related credits from the Curriculum, as stipulated in the table above.

Courses and ECTS recognised

	Course	Total Number of Hours	No. of PC
1.	Microeconomy	150	5
2.	Economic informatics	150	5
3.	Economic communication and correspondence	120	4
4.	Statistics	150	5
5.	Entrepreneurship	150	5
Compulsory Courses			
6.	Philosophy	120	4
	Economic doctrines		
	Political Science		
	Social-economic psychology		
<i>Total</i>		840	28

2. The knowledge, skills and competences provided by the programme of study.

The concept of specialist development in the **0414.1 Marketing and Logistics** study programme lies in the training/development of general and specific cross-cutting and professional competences necessary for the

professional activity of a graduate in economics with broader competences in marketing and logistics. Beneficiaries of the **0414.1 Marketing and Logistics** study programme will acquire a thorough knowledge of the role of the marketing function in enterprises and organisations, develop specialised skills for problem solving in marketing research, development of marketing policies and tools; application of communication and promotion techniques; planning and implementation of logistics operations, etc. Graduates of the **0414.1 Marketing and Logistics** will demonstrate professional competences appropriate to the requirements of the labour market, as well as transversal competences by managing complex, unpredictable work situations that require relevant strategic approaches, by assuming responsibilities in the implementation of theoretical and practical knowledge both individually and in groups, etc. At the same time, graduates of the **0414.1 Marketing and Logistics** study programme will be able to work in both commercial and non-profit companies.

According to the qualification standard of the **0414.1 Marketing and Logistics** study programme, the following three categories of **competences** have been established:

<p>TRANSVERSAL COMPETENCES (TC)</p>	<p>TC 1. Personal and professional development TC 2. Time Management TC 3. Autonomy and responsibility TC 4. Collaboration and teamwork TC 5. Agility TC 6. Effective communication TC 7. Digital skills</p>
<p>GENERAL (sectoral/cross- sectoral) COMPETENCES (GC)</p>	<p>GC 1. Use of fundamental knowledge of economic theory in the field of activity GC 2. Application of the principles, theories, methods and tools necessary for the analysis and conduct of economic activities GC 3. Collect, process, analyse and interpret data, apply indicators, strategies and policies appropriate to the field of activity GC 4. Use of software and systems for calculating and operating data specific to the field of activity GC 5. Organise the activity according to the legal framework specific to the field of activity</p>
<p>PROFESSIONAL COMPETENCES (PC)</p>	<p>PC 1. Conducting marketing research PC 2. Design and implementation of marketing-oriented programmes and projects PC 3. Carrying out the company's marketing policy PC 4. Harnessing creative potential in addressing professional problems PC 5. Carrying out purchasing activities PC 6. Carrying out logistics activities PC 7. Implementation of marketing communication policy PC 8. Development of advertising content PC 9. Monitoring marketing and logistics performance indicators PC 10. Performance evaluation in marketing and logistics</p>

3. The objectives of the study programme, including the compliance with the mission of the university

In accordance with the **mission** of the Academy of Economic Studies of Moldova "to create new knowledge and to train highly qualified specialists in the most diverse fields of economic sciences, as well as in adjacent fields, capable of participating as entrepreneurs and active and productive workforce in a competitive market and as citizens in a changing democratic society" and the **vision** of the Academy of Economic Studies of Moldova - "university committed to the future - a reference university for the Central and Eastern European area, assuming its vocation and the values established at its foundation, as well as the will to change and adapt to the new imperatives of the time", together with the ASEM Statute, ASEM Development Strategy 2023-2028, ASEM Research Strategy, ASEM Internationalization Strategy, Study Programme **0414.1 Marketing and Logistics** aims to train professional and competitive specialists/researchers in economic and administrative sciences as well as in other subfields of social sciences and humanities. Specialists are trained to carry out marketing activities in enterprises, organisations and state institutions, by creating and implementing marketing programmes focused on achieving the objectives of organisations; planning and carrying out logistics operations.

4. Adjusting the programme of study to the international trends in the domain

The curriculum of the study program 0414.1 Marketing and logistics is connected to the recommendations of the International Standard Classification of Education (ISCED), developed by UNESCO, Standards and guidelines for quality assurance in the European Higher Education Area (ESG), 2015, by implementing the components : temporal, formative, accumulation and evaluation provided in the Framework Plan for bachelor's (cycle I), master's (cycle II) and integrated higher studies, approved by MECC Order no. 120 of 10.02.2020, the Organizational Regulation of higher undergraduate studies (cycle I) and integrated, approved by order no. 1265 of 12.12.2019. The curriculum meets the contemporary requirements of university education, being aligned with the International Education Standards according to which specialists in the field of Marketing and logistics are trained, offering the possibility that graduates can directly enter the labor market or continue their studies through master's programs.

5. Assessing the expectations of the economic and social sectors

In the process of refining the Study Plan for the **0414.1 Marketing and Logistics** programme, the information and assessments of employers are constantly taken into account following the completion of production and undergraduate internships (including through questioning them, job descriptions of employees in the field), through analysis of the reports of the Undergraduate Committees, but also from direct contact with employers, who are invited annually to conduct practical lessons by presenting case studies relevant to the field of marketing and logistics. In addition, we consult employers' needs during internship/job fairs. Many employers are invited to participate in the practical-scientific seminars organised annually by the Marketing and Logistics Department, as a result of which we are able to assess trends in the field and make adjustments to the curriculum as well as to the curricular content by discipline.

6. Consulting the partners in the process of developing the study programme

In the process of developing the study plan for the **0414.1 Marketing and Logistics** program, the following was carried out: analysis of normative and regulatory documents referring to educational processes in higher education; preliminary analysis of the specific needs expressed by clients, beneficiaries and partners (scientific and teaching staff, graduates, students and interested companies or organizations) such as the Association of Advertising Agencies, Moldtelecom S.A., MAIB S.A., the consulting company Xplaine SRL, the educational offer of top universities in Romania and other European countries. In the context of the above, the most recent development directions in the field of training were analysed; a comparative analysis was made of the curricula based on models from prestigious universities in the country and abroad; analysis of the current specific teaching methodologies in the field; analysis and prior evaluation of proposals from external specialists/students; analysis of the non-conformities found during the previous academic years.

7. Relevance of the study programme for the labour market

The relevance of this study program results from the objectives established in the CONCEPT of the Education Development Strategy for the years 2021-2030 "Education-2030", the National Development Strategy "Moldova 2030" and in the institutional strategies: ASEM Development Strategy, Internationalization Strategy of ASEM that showcases the imperative of a qualified workforce, with higher undergraduate studies in the field of 0414.1 Marketing and logistics.

The rapidly changing business environment, including under the influence of the Covid-19 pandemic and the current crises, requires economic agents new rules of the game and new methods of interaction with customers. Thus, there is a growing demand on the labour market for specialists in marketing, logistics and marketing communication. The changing values of consumers, the limits of their physical movement, and the restrictions on the activities of some economic agents have led to the emergence of new techniques for sales, remote communication with beneficiaries, delivery of products, provision of services, making payments, transport, etc. in safe conditions, with the result that it is important to assess customer satisfaction and improve/optimize marketing and logistics processes in companies and organisations. The new study plan for the **0414.1 Marketing and Logistics** programme contains subjects that would contribute to the formation of these competences and skills that are current in the local and international labour market.

8. Employment opportunities for the graduates

Graduates of the **0414.1 Marketing and Logistics** study programme can achieve their competences and skills obtained in the study process on all levels of development of the Moldovan economy.

According to the Occupational Classification of the Republic of Moldova (006-2021), graduates of this program can work as:

243101 Analyst in advertising and marketing,

243102 Market research analyst
243103 Brand product manager
243104 Advertising copywriter
243105 Advertising and marketing manager
243106 Merchandiser
243107 Media planner
243108 Social media manager
243109 Advertising buying specialist
243110 Marketing specialist (marketer)
243111 Pricing specialist
243112 Advertising specialist
243113 Network marketing specialist
243114 Telemarketer
243206 Trade fair and exhibition organiser
243207 Exhibition presenter
243209 Lobbying specialist
243211 Public relations specialist
243302 Sales manager
243305 Commercial operations specialist
243306 After-sales service specialist
332301 Purchasing Administrator
333102 Shipping and Logistics Coordinator

9. Admission of diploma holders to studies after the completion of the respective study programme

The competences, skills and knowledge acquired during the Bachelor's degree (cycle I/ ISCED level 6) can be further developed by continuing studies in Master's programmes (ISCED level 7) in the field of economics, in Master's programmes in other fields of study after having accumulated the minimum curriculum and taking into account the provisions of Article 90. (6) of the Education Code of the Republic of Moldova no.152 of 17.07.2014 (accumulation of at least 300 study credits during cycle I and cycle II), as well as lifelong continuing education programs, ensuring continuous education and professional development of graduates in accordance with the needs of society manifested on the labor market.