

**Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova
Academia de Studii Economice din Moldova**

COORDONAT

Ministerul Educației și Cercetării

nr. _____
din _____

Ministru _____ **Dan PERCIUN**

APROBAT

La ședința Senatului ASEM

Proces verbal nr. 10
din 29 mai 2025

Rector _____ **Alexandru STRATAN**



**PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
pentru ciclul I, studii superioare de licență**

Nivelul calificării conform ISCED și CNC:

Domeniul general de studii:

Domeniul de formare profesională:

Programul:

Numărul total de credite de studiu ECTS:

Titlul obținut la finele studiilor:

Baza admiterii:

Limba de instruire:

Forma de organizare a învățământului:

6 ISCED și 6 CNC

041 Științe economice

0414. Marketing și publicitate

0414.1. Marketing și logistică

180 ECTS

Licențiat în *Științe economice*

Diploma de bacalaureat, diploma de studii
profesionale sau alt act de studii echivalent,
recunoscut de autoritatea competentă

Română

Învățământ la distanță

Înregistrat
Agenția Națională de Asigurare a Calității în Educație și Cercetare

Nr. _____ din _____

RESPONSABIL DE PROGRAM

Șef departament „Marketing și logistică”

Savciuc SAVCIUC Oxana, conf.univ.,dr.

Aprobat

Proces verbal nr.9 din 23 mai 2025

APROBAT

Președintele Consiliului Calității ASEM

Casian CASIAN Angela, conf.univ.,dr.

Proces verbal nr. 6

din 28 mai 2025

APROBAT

**Președintele Consiliului Facultății „Business și
Administrarea Afacerilor”**

Livandovschi LIVANDOVSKI Roman, conf.univ.,dr.

Proces verbal nr. 8

din 28 mai 2025

Calendarul universitar								
Termene (date calendaristice exprimate în luni) și durată (număr de săptămâni)								
Anul de studii	Activități didactice		Sesiuni de examinare		Stagii de practică	Vacanțe		
	Sem. I	Sem. II	Sem. I	Sem. II		Iarnă	Primăvară	Vară
Anul I	<i>Prima săptămână de informare</i> septembri e-decembrie * 15 săpt.	februarie – aprilie* 15 săpt.	decembrie - ianuarie 2 săpt.	mai – iunie 2 săpt.	-	decembrie - ianuarie 3 săpt.	aprilie 1 săpt.	iunie – august 12 săpt.
Anul II	septembri e-decembrie * 15 săpt.	februarie-aprilie* 12 săpt.	decembrie 2 săpt.	mai – iunie 2 săpt.	Sem. IV Mai 3 săpt.	decembrie - ianuarie 4 săpt.	mai 1 săpt.	iunie – august 12 săpt.
Anul III	septembri e-decembrie * 15 săpt.	ianuarie – februarie* 10 săpt.	decembrie 2 săpt.	mai – iunie 2 săpt.	Sem. VI aprilie - mai 5 săpt.	decembrie - ianuarie 4 săpt.	aprilie 1 săpt.	iunie – august 12 săpt.
Anul IV	septembri e-decembrie * 10 săpt.	ianuarie – februarie* 6 săpt.	decembrie 2 săpt.	mai 1 săpt.	Sem. VII noiembrie - decembrie 5 săpt. Sem. VIII martie-aprilie 4 spt.	decembrie - ianuarie 4 săpt.	aprilie 1 săpt.	
Total nr. săpt.	55 săpt.	43 săpt.	8 săpt.	7 săpt.	17 săpt.	15 săpt.	4 săpt.	36 săpt.

* luni, marți, miercuri – studiu asincron; joi, vineri, sâmbătă – studiu – sincron,
Stagiile de practică, evaluările semestriale și evaluarea finală se va realiza sincron, cu prezență fizică

Planul de învățământ pe anii de studii									
Cod	Denumire a unității de curs /	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. credite.
		Total	Contact Direct	Studiu Individual	Curs	Semina	Laboratoare /Practice		
ANUL I de STUDII									
SEMESTRUL I									
F.01.O.01.21.	Microeconomie	150	38	112	20	18	-	E	5
F.01.O.02.62.	Matematica economică	150	38	112	20	18	-	E	5
G.01.O.03.22.	Comunicare și corespondență economică	90	22	68	12	10	-	E	3
G.01.O.04.61.	Informatica economică	60	16	44	4	-	12	E	2
F.01.O.05.23	Dreptul afacerilor	120	30	120	20	10	-	E	4
S.01.O.06.12	Marketing general și business to business	180	60	120	40	20	-	E	6
Total discipline semestrul I /		750	204	576	116	76	12	6E	25
SEMESTRUL II									
F.02.O.07.21	Macroeconomie	150	38	112	20	18	-	E	5
F.02.O.08.11.	Antreprenoriat	150	38	112	20	18	-	E	5
F.02.O.09.62.	Statistică	150	38	112	20	18	-	E	5
G.02.O.10.32.	Limba străină de afaceri (eng., fr., germ.)	60	16	44	-	16	-	E	2
S.02.O.11.12.	Comportamentul consumatorului	150	50	100	30	20	-	E	5
U.02.A.12.31.	Integrare Economică și Economie Europeană	90	22	68	12	10	-	E	3
U.02.A.12.31.	Economia Uniunii Europene și politici comunitare								
U.02.A.12.23	Drept instituțional al Uniunii Europene								
U.02.A.12.11	Managementul timpului								
Total discipline semestrul II		750	202	548	102	100	-	6E	25
Total pe anul I de studii		1500	406	1124	218	176	12	12E	50
ANUL II de STUDII									
SEMESTRUL III									
F.03.O.13.62.	Econometrie	150	38	112	20	18	-	E	5
S.03.O.14.11.	Management	150	50	100	30	20	-	E	5
G.03.O.15.32.	Tehnici de comunicare în limba străină (eng., fr., germ.)	60	16	44	-	16	-	E	2
S.03.O.16.12.	Logistica	150	50	100	30	20	-	E	5
S.03.O.17.12.	Marketingul serviciilor	120	40	80	20	20	-	E	4
U.03.A.18.22.	Psihologie socială și economică	90	22	68	12	10	-	E	3
	Sociologie								
	Filosofie								
	Politologie								

Total discipline semestrul III		720	216	504	112	104	-	6E	24
SEMESTRUL IV									
F.04.O.19.51.	Bazele contabilității	180	44	136	28	16	-	E	6
S.04.O.20.12	Tehnologii digitale în marketing și logistică	150	50	100	-	-	50	E	5
S.04.A.21.11	Cultura și etica în afaceri	120	40	80	20	20	-	E	4
	Managementul riscurilor în afaceri								
	Logistica aprovizionării								
SP.04.O.22.12	Practica de inițiere în specialitate	150	120	30	-	-	-	E	5
Total discipline semestrul IV		600	254	346	48	36	50	4E	20
Total pe anul II de studii		1320	470	850	160	140	50	10E	44
ANUL III de STUDII									
SEMESTRUL V									
S.05.O.23.51	Analiza economico – financiară	150	50	100	30	20	-	E	5
F.05.O.24.41.	Finanțe	150	38	112	20	18	-	E	5
S.05.O.25.12	Logistica comercială și a transporturilor	120	40	80	20	20	-	E	4
S.05.O.26.12	Marketing internațional	150	50	100	30	20	-	E	5
S.05.O.27.12	Tehnici promoționale	150	50	100	22	22	6	E	5
Total discipline semestrul V		720	228	492	122	100	6	5E	24
SEMESTRUL VI									
S.06.O.28.12	Trade Marketing	120	40	80	20	20	-	E	4
S.06.O.29.12	Cercetări de marketing	180	60	120	20	20	20	E	6
S.06.O.30.12	Proiect de an	60	-	60				E	2
SP.06.O.31.12	Practica de specialitate I	240	200	40				E	8
Total discipline semestrul VI		600	300	300	40	40	20	4E	20
Total pe anul III de studii		1320	528	792	162	140	26	9E	44
ANUL IV de STUDII									
SEMESTRUL VII									
S.07.O.32.12.	Depozitarea și gestiunea stocurilor de mărfuri	60	20	40	10	10	-	E	2
S.07.O.33.12.	Marketing online	90	30	60	10	10	10	E	3
S.07.O.34.12	Ecomarketing și etica profesională	120	40	80	20	20	-	E	4
S.07.A.035.13	Turism internațional	120	40	80	20	20	-	E	4
	Merceologia și expertiza mărfurilor								
	Fiscalitate								
S.07.A.035.31	Tehnici de comerț exterior								
S.07.A.035.11	Managementul inovării								
SP.07.O.36.12	Practica de specialitate II	240	200	40	-	-	-	E	8
Total discipline semestrul VII		630	330	300	60	60	10	5E	21
SEMESTRUL VIII									

S.08.O.37.12.	Tehnici de vânzări	60	20	40	14	6	-	E	2
S.08.A.38.12	Marketing turistic	120	40	80	26	14	-	E	4
	Marketing social								
	Marketing inovativ								
SP.08.O.39.12	Practica de licență	180	150	30	-	-	-	E	6
	Teza de licență	270	-	270				E	9
Total discipline semestrul VIII		630	210	420	40	20	-	4E	21
Total pe anul IV de studii		1260	540	720	100	80	10	9E	42
TOTAL GENERAL pe anii de studii		5400	1944	3486	640	536	98	40E	180

Stagiile de practică						
Nr.	Tipul stagiului de practică	Semestru	Durată		Perioada desfășurării	Număr ECTS
			Nr. săpt.	Nr. ore		
1.	Practica de inițiere în specialitate	IV	3	150	mai	5
2.	Practica de specialitate I	VI	5	240	aprilie - mai	8
3.	Practica de specialitate II	VII	5	240	noiembrie-decembrie	8
4.	Practica de licență	VIII	4	180	martie-aprilie	6
TOTAL			17	810		27

Forma de evaluare finală a studiilor			
Nr. №	Forma de evaluare finală a studiilor	Termene de organizare	Nr. ECTS
1.	Teza de licență	Iunie	9

Unități de curs la libera alegere									
Cod	Denumirea unității de curs	Număr total de ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. ECTS
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator		
Anul I									
Semestrul I									
G.01.L.01.22	Cultura vorbirii	60	40	20	-	40	-	E	2
G.01.L.02.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	60	40	20	-	40	-	E	2
G.01.L.03.62	Elemente de matematică în economie	60	40	20	20	20	-	E	2
U.01.L.04.42	Prevenirea utilizării sistemului financiar în scopul spălării banilor	60	16	44	10	6	-	E	2
Semestrul II									
G.02.L.05.61	Programare WEB	600	40	20	10	-	30	E	2
G.02.L.06.13	Securitatea muncii	60	40	20	20	20	-	E	2
G.02.L.07.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	60	40	20		40	-	E	2
U.02.L.08.22	Ecologie și protecția mediului	60	16	44	10	6	-	E	2
Anul II									
Semestrul III									

Unități de curs la libera alegere									
Cod	Denumirea unității de curs	Număr total de ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. ECTS
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator		
G.03.L.09.61	Excel pentru afaceri	60	40	20	10	-	30	E	2
G.03.L.10.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	60	40	20		40	-	E	2
U.03.L.11.21	Metode și tehnici de cercetare economică	60	16	44	10	6	-	E	2
U.03.L.12.22	Psihologia comunicării de afaceri	60	16	44	10	6	-	E	2
Semestrul IV									
G.04.L.13.11	Cultura afacerilor	60	40	20	20	20	-	E	2
G.04.L.14.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	60	40	20	-	40	-	E	2
G.04.L.15.11	Cultura organizațională	60	40	20	20	20	-	E	2
G.04.L.16.23	Protecția datelor cu caracter personal	60	40	20	20	20	-	E	2
Anul III									
Semestrul V									
G.05.L.17.32	Limba străină II (eng., fr., germ., span.)	60	40	20	-	40	-	E	2
U.05.L.18.31	Diplomația și etica în afaceri internaționale	60	16	44	10	6	-	E	2
U.05.L.19.23	Protecția proprietății intelectuale	60	16	44	10	6	-	E	2
U.05.L.20.22	Voluntariat și parteneriat în asistența socială	60	16	44	10	6	-	E	2

Modulul psihopedagogic									
Cod	Denumirea activității didactice continue	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. credit
		Total	Contact Direct	Studiu Individual	Curs	Seminar	Laboratoare/Practice		
Semestrul I									
F.01.O.01	Pedagogie generală	240	96	144	60	36	-	E	8
F.01.O.02	Teoria și metodologia curriculumului	120	48	72	30	18	-	E	4
F.01.O.03	Psihologia educației	120	48	72	30	18	-	E	4
S.01.O.04	Teoria si metodologia instruirii	120	60	60	30	30	-	E	4
S.01.O.05	Teoria si metodologia evaluării	120	60	60	30	30	-	E	4
S.01.O.06	Management educational	90	44	46	30	14	-	E	3

Modulul psihopedagogic									
Cod	Denumirea activității didactice continue	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr. credit
		Total	Contact Direct	Studiu Individual	Curs	Seminar	Laboratoare/Practice		
S.01.O.07	Comunicare educațională	90	44	46	30	14	-	E	3
Semestrul II									
S.02.O.08	Stagiu pedagogic	900	900	-	-	-	900	E	30
TOTAL		1800	1300	500	240	160	900	8E	60

LISTA COMPETENȚELOR ȘI A REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII AFERENTE PROGRAMULUI DE STUDII

Competențe generale/profesionale		Rezultate ale învățării conform nivelului CNC
		Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:
CG1.	Utilizarea cunoștințelor fundamentale de teorie economică în domeniul de activitate	1. rezolva probleme întâlnite în diverse contexte profesionale, aplicând principiile, normele și valorile fundamentale ale științei economice; 2. evalua factorii mediului intern și extern și impactul asupra funcționării organizației/ramurii/economiei naționale, aplicând măsuri preventive pentru a minimiza riscurile;
CG2.	Aplicarea principiilor, teoriilor, metodelor și instrumentelor necesare pentru analiza și desfășurarea activităților economice	
CG4.	Utilizarea software și a sistemelor de calcul și operare a datelor specifice domeniului de activitate	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;
CP1.	Realizarea cercetărilor de marketing	
CP2.	Conceperea și realizarea programelor și a proiectelor de orientare spre piață	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;
CG3.	Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea datelor, aplicarea indicatorilor, strategiilor și politicilor adecvate domeniului de activitate	
CG 5.	Organizarea activității conform cadrului juridic specific domeniului de activitate	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. aplica instrumentele aferente realizării politicii de produs; 10. evalua sensibilitatea cererii față de preț, propunând programe de stimulare a
CP3.	Realizarea politicii de marketing a întreprinderii / organizației	

		vânzărilor și urmărind realizarea conformă a distribuției produselor: transportare, depozitare, stocare, recepție; 11. aplica instrumentele și tehnicile de promovare adoptate în întreprindere / organizație;
CP4.	Valorificarea potențialului creativ în abordarea problemelor profesionale	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;
CP5.	Realizarea activităților de achiziționare	13. identifica instrumentele / modalitățile de implementare a strategiilor, politicilor, planurilor de achiziționare, prin utilizarea sistemelor informatice complexe;
CP6.	Realizarea activităților logistice	14. identifica instrumentele / modalitățile de monitorizare și ajustare a strategiilor, politicilor și planurilor de stocare și distribuție, prin utilizarea sistemelor informatice complexe;
CP7.	Implementarea politicii de comunicare în marketing	15. elaborează 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. identifica instrumentele / modalitățile de implementare și coordonare a campaniilor de comunicare în marketing, consultând diverse rapoarte și soft-uri;
CP8.	Elaborarea conținutului publicitar	17. elaborează conținuturi publicitare și determină criteriile de validare a acestora; 18. elaborează media-planuri, bazându-se pe clasamentele de rating generate de softurile specializate în domeniu;
CP9.	Monitorizarea indicatorilor de performanță în marketing și logistică	19. determină și analizează indicatorii de performanță prin care poate fi evaluat marketingul și logistica 20. prognoza indicatorilor de performanță în contextul planificării strategice de marketing
CP10.	Evaluarea performanțelor în marketing și logistică	21. evaluează 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.

MATRICEA DE CORELARE A COMPETENȚELOR ȘI A REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII DIN STANDARDUL DE CALIFICARE CU DISCIPLINELE/MODULELE DIN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT LA DISTANȚĂ

Denumirea unității de curs/modulului	Codul unității de curs/ modulului	Nr. ECTS	Competențe																				
			Generale /											Profesionale									
			CG1	CG2	CG4	CP1	CP2		CG3				CG5	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7		CP8		CP9	CP 10
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC / Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC																				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21			
Microeconomie	F.01.O.01.21.	5	1	2	1	1																	
Matematica economică	F.01.O.02.62.	5	0,5	0,5	1	1,5													0,5	0,5	0,5		
Comunicare și corespondență economică	G.01.O.03.22.	3											1			0,5	0,5	1					
Informatica economică	G.01.O.04.61.	2	0,2	0,2	0,4	0,2								0,2	0,2					0,2	0,2	0,2	
Dreptul afacerilor	S.01.O.05.23	4	0,5	0,5	0,2	0,2			2					0,3	0,3								
Marketing general și business to business	S.01.O.06.12	6	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	
Macroeconomie	F.02.O.07.21	5	1	2	1	1																	
Antreprenoriat	S.02.O.08.11.	5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,7	0,4	0,4	0,7	0,4	0,4	0,4										
Statistică	F.02.O.09.62.	5	0,5	0,5	0,5	2													0,5	0,5	0,5		
Limba străină de afaceri (eng., fr., germ.)	G.02.O.10.32.	2											0,5			0,5	0,5	0,5					
Comportamentul consumatorului	S.02.O.11.12.	5	0,25	0,25	0,25	0,25	0,5	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25			0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	
Integrare Economică și Economie Europeană	U.02.A.12.31	3	0,5	0,5	0,5		0,5		1														
Economia Uniunii Europene și politici comunitare	U.02.A.12.31		0,5	0,5	0,5		0,5		1														
Drept instituțional al Uniunii Europene	U.02.A.12.23		0,5	0,5	0,25	0,25			1					0,25	0,25								
Managementul timpului	U.02.A.12.11			0,4			0,4			0,6							0,4		0,4		0,4	0,4	
Econometrie	F.03.O.13.62.	5	0,5	0,5	0,5	2													0,5	0,5	0,5		
Management	S.03.O.14.11.	5	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25		0,25	0,25	0,25	0,25	
Tehnici de comunicare în limba străină (eng., fr., germ.)	G.03.O.15.22.	2											0,5			0,5	0,5	0,5					
Logistica	S.03.O.16.12.	5	0,4	0,4	0,4	0,4				0,4					1	1				0,4	0,3	0,3	
Marketingul serviciilor	S.03.O.17.12.	4					0,5	0,5		0,5			0,5	0,5			0,5			0,5		0,5	
Psihologie socială și economică	U.03.A.18. 22.	3			0,25	0,25	0,25	0,25									0,5		0,5		0,5		
Sociologie			1	1	1																		
Filosofie			1	1	1																		
Politologie			1	1	1																		

Denumirea unității de curs/modulului	Codul unității de curs/ modulului	Nr. ECTS	Competențe																				
			Generale /											Profesionale									
			CG1	CG2	CG4	CP1	CP2		CG3 CG5 CP3				CP4	CP5	CP6	CP7		CP8		CP9	CP 10		
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC / Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC																				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Bazele contabilității	F.04.O.19.51.	6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5				0,5			0,5	0,5					0,5	0,5	0,5
Tehnologii digitale în marketing și logistică	S.04.O.20.12	5				0,5				0,5				0,5	0,5	0,5	0,5		0,5	0,5	0,3	0,3	0,4
Cultura și etica în afaceri	S.04.A.21.11	4															1	1	1	1			
Managementul riscurilor în afaceri			0,5	0,5	0,5		0,5		0,5												0,5	0,5	0,5
Logistica aprovizionării															2	2							
Practica de inițiere în specialitate	SP.04.O.22.12.	5	1	1	1																2		
Analiza economico – financiară	S.05.O.23.51	5				0,5				1											1	1	1,5
Finanțe	F.05.O.24.41.	5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5				0,5									0,5	0,5	0,5
Logistica comercială și a transporturilor	S.05.O.25.12	4					0,7					0,7				0,7					0,7	0,7	0,5
Marketing internațional	S.05.O.26.12	5							0,8	0,6	0,6	0,6	0,6								0,6	0,6	0,6
Tehnici promoționale	S.05.O.27.12	5								0,5		0,5					1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Trade Marketing	S.06.O.28.12	4					0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3					0,3	0,3	0,3
Cercetări de marketing	S.06.O.29.12	6	0,3	0,3	0,3	0,6	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3			0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Proiect de an	S.06.O.30.12	2		0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Practica de specialitate I	SP.06.O.31.12	8	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,2	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,2	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Depozitarea și gestiunea stocurilor de mărfuri	S.07.O.32.12.	2													0,4	0,4					0,4	0,4	0,4
Marketing online	S.07.O.33.12	3															0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	
Ecomarketing și etica profesională	S.07.O.34.12	4							0,4	0,4	0,4	0,4	0,4		0,4	0,4					0,4	0,4	0,4
Turism internațional	S.07.A.36.13	4	2	2																			
Merceologia și expertiza mărfurilor	S.07.A.36.13										2				2								
Fiscalitate	S.07.A.36.41		1	1					1			1											
Tehnici de comerț exterior	S.07.A.36.31		0,5	0,5			0,5	0,5	0,5							0,5	0,5					0,5	
Management inovării	S.07.A.36.11		0,4	0,4	0,4		0,4	0,4	0,4					0,8								0,4	0,4
Practica de specialitate II	SP.07.O.35.12	8	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,2	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,2	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Tehnici de vânzări	S.08.O.37.12.	2															0,4	0,4			0,4	0,4	0,4
Marketingul turistic	S.08.A.38.12	4							0,5	0,5	0,5	0,5	0,5								0,5	0,5	0,5
Marketing social							0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5									0,5		
Marketing inovativ			0,4	0,4	0,4		0,2	0,2						0,8					0,4	0,4	0,4		0,4
Practica de licență	SP.08.O.39.12	6	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3		0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3

Denumirea unității de curs/modulului	Codul unității de curs/ modulului	Nr. ECTS	Competențe																				
			Generale / Profesionale																				
			CG1	CG2	CG4	CP1	CP2		CG3			CG5	CP3		CP4	CP5	CP6	CP7		CP8		CP9	CP 10
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC / Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC																				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Teza de licență		9	0,4	0,4	0,4	0,4	0,6	0,4	0,4	0,6	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,6	
Total		180																					

NOTA EXPLICATIVĂ

1. Descrierea programului de studii

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 publicitate** și este în corespundere cu [Nomenclatorul domeniilor de studii și al specialităților în învățământul superior](#), aprobat prin HG nr. 412/2024, cu prevederile Codului Educației al Republicii Moldova nr. 152/ 2014, Regulamentul cu privire la de organizare și desfășurare a învățământului la distanță și cu frecvență redusă în cadrul studiilor superioare de licență și de master nr. 164 din 26 martie 2025 și cu Ordinul Ministrului Educației și Cercetării nr. 510/2025, Planul-cadru pentru studii superioare de licență, master și integrate.

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

Forma de organizare: învățământul la distanță; **durata studiilor:** 4 ani; **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.

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, tehnici de vânzări, etc.

2. Obiectivele programului de studii, inclusiv corespunderea acestora misiunii universității

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.

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, master și integrate](#), aprobat prin Ordinul MEC nr.510 din 07.04.2025, [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.

3. Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social

În procesul de actualizare a Planului de studii la programul **0414.1 Marketing și logistică**, se țin cont de prevederile [Standardului de calificare în domeniul 0414 Marketing pentru Ciclul Licență](#) din Republica Moldova,

care a intrat în vigoare din luna februarie 2023 și care sunt corelate cu [Cadrul European al Calificărilor](#). În același timp ținem 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, dar și prin chestionări realizate la nivel instituțional și de departamentul de profil. 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.

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

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., Asociația Națională de Marketing, compania de consultanță Xplaine SRL, oferta educațională a unor universități de top din România, Franța, Spania 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.

5. Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă

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 continuă a mediului de afaceri, inclusiv sub influența tehnologizării / digitalizării și a crizelor din diverse sfere, 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 și servire a clienților. Schimbarea valorilor consumatorilor, comoditatea livrărilor la distanță, concurența internațională, etc. au impulsivat 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. În acest context de idei, se evidențiază mai multe direcții esențiale pentru dezvoltarea și modernizarea învățământului superior:

- creșterea ratei de participare la învățământul superior în domenii strategice pentru dezvoltarea social-economică a țării, ceea ce contribuie la consolidarea capitalului uman calificat;
- modernizarea curriculumului universitar printr-o abordare centrată pe competențe, adaptată cerințelor economiei actuale și axată pe nevoile reale ale pieței muncii;
- dezvoltarea competențelor digitale, realizată prin integrarea și aplicarea conținuturilor educaționale digitale în procesul didactic, contribuind astfel la pregătirea studenților pentru provocările economiei digitale;
- consolidarea sistemului de consiliere în carieră, care sprijină studenții în orientarea profesională și proiectarea parcursului lor profesional pe tot parcursul vieții;
- promovarea cercetării ca instrument esențial pentru formarea profesională avansată, contribuind la îmbunătățirea performanței și calității în învățământul superior;

- dezvoltarea parteneriatelor educaționale, care facilitează colaborarea dintre instituțiile de învățământ superior, mediul economic și partenerii sociali, în vederea unei formări eficiente și relevante pentru piața muncii.

6. Posibilitățile de angajare a absolvenților (corelate cu CORM și ESCO);

Absolvenții *programului* de studii **0414.1 Marketing și logistică** se pot realiza prin prisma competențelor și abilităților obținute în procesul de studiu în multiple domenii ale economiei Republicii Moldova, dar și în afară.

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

Conform ESCO 08 absolvenții pot fi angajați în calitate de:

- 2421 Analisti de management și organizare

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

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.

8. Lista competențelor și a rezultatelor învățării aferente programului de studii

Concepția dezvoltării specialistului la Programul de studii **0414.1 Marketing și logistică** rezidă în formarea/dezvoltarea competențelor *transversale, profesionale generale și specifice*, necesare pentru activitatea profesională de economist.

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

Lista rezultatelor învățării:

Absolventul /candidatul la atribuirea calificării poate:

1. rezolva probleme întâlnite în diverse contexte profesionale, aplicând principiile, normele și valorile fundamentale ale științei economice;
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. aplica instrumentele aferente realizării politicii de produs;
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. aplica instrumentele și tehnicile 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. identifica instrumentele / modalitățile de implementare a strategiilor, politicilor, planurilor de achiziționare, prin utilizarea sistemelor informatice complexe;
14. identifica instrumentele / modalitățile de monitorizare și ajustare a 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. identifica instrumentele / modalitățile de implementare și coordonare a campaniilor de comunicare în marketing, consultând diverse rapoarte și soft-uri;
17. elabora conținuturi publicitare și determina criteriile de validare a acestora;
18. elabora media-planuri, bazându-se pe clasamentele de rating generate de softurile specializate în domeniu;
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.