

Ministerul Educației
al Republicii Moldova

Aprobat:

_____ 2015
"____" _____

Senatul Universității de Stat
din Moldova

Aprobat:



_____ 2015
"31" martie

UNIVERSITATEA de STAT din MOLDOVA

Facultatea Științe Economice

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÎNT

Domeniul general de studiu - 36. Științe Economice

Domeniul de formare profesională - 362. Marketing și logistică

Specialitatea - 362.1 Marketing și logistică

Numărul total de credite de studiu – 180

Titlul obținut - licențiat în Științe Economice

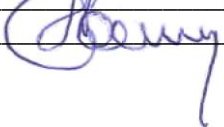
Baza admiterii: diploma de bacalaureat, diploma de studii medii de specialitate.

Forma de organizare a învățământului – cu frecvență la zi

CHIȘINĂU, 2015

Elaborat:

Catedra "Economie, Marketing și Turism"
Șef catedră A. Onofrei
dr. hab., prof. univ.



Aprobat:

**Consiliul Facultății de Științe
Economice**

Decan G. Ulian
dr. hab., prof. univ.



„_27_” februarie 2015

Calendarul universitar (în săptămîni)

Nr. d/o	Anul de studii	Activități didactice		Sesiuni de		Practica	Vacanțe		
		Sem.I	Sem.II	Iarnă	Vară		Iarnă	Primăvară	Vară
	Anul I	15	15	4	4		3	1	10
	Anul II	15	15	4	4	3	3	1	8
	Anul III	15	7	2	2	10	3	1	-

CONȚINUTUL PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÎNT

1.	2.	3.	4.		5.			6.	7.	8.	9.	10.
			contact direct	Lucrul individual	curs	seminarii	laborator					
ANULI												
Semestrul I												
F.01.O.0.01	Teorie economică I	180	90	90	3	3	-	ex.	6			
G.01.O.0.02	Limba străină I	120	60	60	-	4	-	ex.	4			
U.01.O.0.03	Modul socioumanistic (sociologie și psihologie)	150	60	90	2	2	-	ex.	5			
F.01.O.0.04	Matematică economică	180	90	90	2	4	-	ex.	6			
G.01.O.0.05	Tehnologii informaționale de comunicare	150	90	60	2	-	4	ex.	5			
U.01.O.0.06	Dreptul afacerilor	120	60	60	2	2	-	ex.	4			
G.01.O.0.07	Educația fizică	30	30		-	2	-	col.	-			
Total sem.I		930	480	450	11	17	4		30			
Semestrul II												
F.02.O.0.08	Teorie economică II	180	90	90	3	3	-	ex.	6			
S.02.O.0.09	Bazele marketingului	120	60	60	2	2	-	ex.	4			
F.02.O.0.10	Monedă și credit	120	60	60	2	2	-	ex.	4			
F.02.O.0.11	Economia entităților economice	120	60	60	2	2	-	ex.	4			
F.02.O.0.12	Statistica	180	90	90	2	4	-	ex.	6			
F.02.O.0.13	Bazele contabilității	180	90	90	3	3	-	ex.	6			
G.02.O.0.14	Educația fizică	30	30		-	2	-	col.	-			
Total sem. II		930	480	450	12	20			30			
Total Anul I		1860	960	900	23	37	4		60			

CONȚINUTUL PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÎNT

Cod	Modulul/disciplina	Total ore	Inclusiv		Numărul de ore pe săptămână			Forma de evaluare	Număr de credite
			contact direct	Lucrul individual	curs	seminarii	laborator		
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
ANUL II									
Semestrul III									
F.03.O.0.15	Finanțe	120	60	60	2	2	-	ex.	4
S.03.O.1.16	Bazele tehnologiilor industriale	180	60	120	2	2	-	ex.	6
S.03.O.1.17	Marketing	180	90	90	2	4	-	ex.	6
F.03.O.0.18	Management	120	60	60	2	2	-	ex.	4
S.03.A.1.19 S.03.A.1.20	Logistica Tranzacții internaționale	180	90	90	2	4	-	ex.	6
U.03.A.0.21 U.03.A.0.22	Integrarea economică europeană Mediul European de Afaceri	120	60	60	2	2	-	ex.	4
Total sem.III		900	420	480	12	16			30
Semestrul IV									
S.04.O.1.23	Analiza activității economico-financiare	150	75	75	2	3	-	ex.	5
S.04.A.1.24 S.04.A.1.25	Logistica stocurilor Agromarketing	120	60	60	2	2	-	ex.	4
S.04.A.1.26 S.04.A.1.27	Marketingul serviciilor Marketingul serviciilor hotelire	150	90	60	2	4	-	ex.	5
U.04.O.1.28	Managementul resurselor umane. Protecția muncii	150	75	75	2	3	-	ex.	5
F.04.O.0.29	Bazele ciberneticii economice	120	60	60	2	2	-	ex.	4
U.04.O.0.30	Etica Profesionala	120	60	60	2	2	-	ex.	4
	Practica de inițiere în specialitate	90		90					3
Total sem. IV		900	420	480	12	16			30
Total Anul II		1800	840	960	24	36			60

CONȚINUTUL PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÎNT

Cod	Modulul/disciplina	Total ore	Inclusiv		Numărul de ore pe săptămână			Forma de evaluare	Număr de credite
			contact direct	Lucrul individual	curs	seminarii	laborator		
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
ANUL III									
Semestrul V									
S.05.A.1.31 S.05.A.1.32	Marketing industrial Logistica serviciilor	180	75	105	2	3	-	ex.	6
S.05.O.1.33	Achiziții	120	60	60	2	2	-	ex.	4
M.05.A.1.34 M.05.A.1.35 S.05.A.1.36	Comerț internațional/Servicii publice Marketingul proprietății intelectuale	120	60	60	2	2	-	ex.	4
M.05.A.1.37 M.05.A.1.38 S.05.A.1.39	Economia serviciilor internaționale Marketingul social Cybermarketing	120	60	60	2	2	-	ex.	4
M.05.A.1.40 M.05.A.1.41 S.05.A.1.42	Economia mondială Managementul serviciilor Logistica transporturilor	180	90	90	2	4	-	ex.	6
M.05.A.1.43 M.05.A.1.44 S.05.A.1.45	Economia întreprinderilor mixte cu capital străin Economia turismului Logistica comerțului exterior	180	75	105	2	3	-	ex.	6
Total sem.V		900	420	480	12	16			30
Semestrul VI									
S.06.A.1.46 S.06.A.1.47	Organizarea și gestiunea activității de marketing Cercetări de marketing	90	56	34	4	4	-	ex.	3
S.06.A.1.48 S.06.A.1.49	Marketing inovațional Bazele merceologiei	90	42	48	2	4	-	ex.	3
S.06.A.1.50 S.06.A.1.51	Logistica mărfurilor Bazele REI	90	56	34	4	4	-	ex.	3
S.06.A.1.52 S.06.A.1.53	Reclama Tehnici promoționale	60	42	18	2	4	-	ex.	2
	Practica de producție	180		180				ex.	6
	Practica de licență	240		240				col.	8
	Examen de licență	150		150				ex.	5
Total sem. VI		900	196	704	12	16			30
Total Anul III		1800	616	1184	24	32			60
TOTAL		5460	2416	3044	71	105			180

* Cursurile cu semnul M sunt componenta de orientare către alt domeniu de formare la ciclul II (masterat) și se completează cu disciplinele selectate din prerechizitul programului de master, pentru care studenții manifestă interes.

Stagiile de practică

Nr.d/o	Stagiile de practică	Sem.	Săptămâni	Ore	Număr de credite
1.	Practica de inițiere	IV	3	90	3
2.	Practica de producție	VI	6	180	6
3.	Practica de licență	VI	4	240	8
	Total		13	510	17

Discipline la libera alegere

Nr. d/o	Denumirea disciplinei	Total ore	Inclusiv		Anul	Sem.	Ore /săptămână			Nr. de credite
			Cont. direct	Lucrul Indiv.			C	S	L	
1.	Elaborarea strategiilor de marketing	60	30	30	2	3	14	16		2
2.	Limba română pentru alolingvi	180	60	120	2	3,4		60		6
3.	Sisteme publicitare internaționale	180	60	120	2	3,4		60		6
4.	Marketingul serviciilor turistice	120	60	60	3	5	30	30		4
	TOTAL									18

Examenul de licență

Nr. d/o	Examenul de licență	Perioada
1	Examen la disciplinele de specialitate MARKETING ȘI LOGISTICĂ	Iunie
2	Susținerea tezei de licență	Iunie

Prerechizit pentru programele de master ale domeniului de formare profesională „362.1 Marketing și logistică”

S.03.O.1.17	Marketing	180	90	90	2	4	-	ex.	6
S.04.A.1.31	Marketing industrial	150	90	60	2	4	-	ex.	5
S.04.A.1.38	Marketingul social	120	60	60	2	2	-	ex.	4
S.05.A.1.19	Logistica	150	75	75	2	3	-	ex.	5
	TOTAL								20

NOTĂ EXPLICATIVĂ

Specialitatea „**Marketing și logistică**”, codul **362.1**, se încadrează în domeniul general de studiu „Științe Economice” – codul 36.

Specialitatea „**Marketing și logistică**” are drept obiectiv fundamental pregătirea viitorilor specialiști specialiști ce pot activa în calitate de economist-marketer, agent de achiziții, agent comercial, specialist marketing și vânzări, specialist în logistică, specialist PR, merceolog, marchandiser, consultant de vânzări, analist comercial, expert în comerț exterior etc., în care domeniul de formare profesională 362-Marketing și logistică deține un loc deosebit, direcțiile prioritare de pregătire ale specialiștilor fiind: marketingul industrial, marketingul serviciilor, marketingul social, marketing inovațional, logistica comercială, logistica serviciilor, logistica în comerț exterior și altele.

Programul de formare profesională are un caracter tradițional și se regăsește în nomenclatorul specialităților din Republica Moldova și din alte țări.

Specialitatea „**Marketing și logistică**” este solicitată pe piața muncii, pregătind **specialiști ce pot activa în calitate** de economist-marketer, agent de achiziții, agent comercial, specialist marketing și vânzări, specialist în logistică, specialist PR, merceolog, marchandiser, consultant de vânzări, analist comercial, expert în comerț exterior etc.

Specialiști în domeniul **Marketingului și logisticii** sunt pregătiți pentru activitatea respectivă la nivelul agenților economici, cu diferite forme de proprietate, la nivelul instituțiilor publice, organismelor internaționale și organizațiilor nonguvernamentale.

Planul de învățământ are ca scop să asigure formarea profesională specialiștilor în domeniul Marketingului și logisticii, capabili de a activa în economia reală.

Condițiile de admitere: diploma de bacalaureat, diploma de studii medii de specialitate.

În vederea pregătirii profesionale la specialitatea **Marketing și logistică**, planul de învățământ cuprinde: module menite să formeze competențe de cultură generală, aplicabile atât domeniului cât și vieții sociale a absolventului; module care asigură pregătirea teoretică de bază la specialitate și formarea competențelor specifice domeniului.

Titlul obținut –licențiat în economie.

La finalizarea programului de formare absolventul va deține următoarele **competențe generice:**

- Cunoștințe de bază în domeniu;
- Capacitate de analiză și sinteză;
- Capacitate de a învăța;
- Capacitate de comunicare (inclusiv utilizând o limbă străină) ;
- Spirit de inițiativă;
- Capacitate de muncă în echipă;
- Creativitate;
- Capacitatea de operare cu tehnologii informaționale ;
- Capacitate de adaptare la culturile și obiceiurile altor popoare.

Competențe specifice

- Utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură economico-socială în entitățile private și publice;
- Culegerea, analiza și interpretarea de date și informații referitoare la problemele pieței;
- Elaborarea, realizarea și evaluarea proiectelor în marketing și logistică;
- Execuția de operațiuni și tehnici de comunicare eficiente privind creșterea vânzărilor;
- Organizarea și desfășurarea activităților de marketing și logistică în entitățile private și publice relevante cerințelor pieței;
- Respectarea normelor etice și deontologice în activitatea de marketing și logistică.