

MINISTERUL EDUCAȚIEI AL  
REPUBLICII MOLDOVA

UNIVERSITATEA DE STAT  
DIN MOLDOVA

COORDONAT: \_\_\_\_\_  
" \_\_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2016

Nr.de înregistrare a planului de  
învățământ \_\_\_\_\_

APROBAT: \_\_\_\_\_  
SENATUL USM din „26” februarie 2016

Proces verbal nr. 6 \_\_\_\_\_

## Facultatea Științe Economice

### PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

*Nivelul calificării conform ISCED – 7*

*Domeniul general de studii – 36. Științe Economice*

*Program de master de profesionalizare - Studii în marketing (MP)*

*Numărul total de credite de studiu – 120 ECTS*

*Titlul obținut – Master în Științe Economice*

*Baza admiterii –diplomă de studii superioare de licență sau un act echivalent de studii*

*Limba de instruire – limba română*

*Forma de organizare a învățământului – învățământ cu frecvență*

CHIȘINĂU 2016

**Elaborat:**  
**Departamentul Economie, Marketing și Turism**

din „\_\_\_\_” \_\_\_\_\_ **2016**

**Director Departament** \_\_\_\_\_

**Onofrei Alexandr, dr.hab, prof. univ.**

**Aprobat:**  
**Consiliul Facultății Științe Economice**

„\_\_\_\_” \_\_\_\_\_ **2016**

**Decan** \_\_\_\_\_

**Ulian Galina, dr.hab, prof. univ.**

### Calendarul universitar/graficul procesului de studii

Nr.d/o	Anul de studii	Activități didactice		Sesiuni de		Practica	Vacanțe		
		Sem.I	Sem.II	Iarnă	Vară		Iarnă	Primăvară	Vară
1	<b>Anul I</b>	15	15	2	2		3	1	14
2	<b>Anul II</b>	10		2	2	20	3	1	

### CONȚINUTUL PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÎNT

Cod	Modulul / disciplina	Total ore	Inclusiv		Numărul de ore pe săptămână			Forma de evaluare	Număr de credite
			Contact direct	Lucru individual	Curs	Seminar	Laborator		
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
<b>ANUL I</b>									
<b>Semestrul I</b>									
F.01.O.0.01	Metodologia și etica cercetării în marketing	240	60	180	2	2		ex	8
F.01.O.0.02	Metode cantitative în luarea deciziilor	240	60	180	2	2		ex	8
F.01.O.0.03	Managementul marketingului	210	60	150	2	2		ex	7
S.01.O.0.04	Cercetări și analize de piață	210	60	150	2	2		ex	7
<b>Total semestrul I</b>		<b>900</b>	<b>240</b>	<b>660</b>	<b>8</b>	<b>8</b>			<b>30</b>
<b>Semestrul II</b>									
F.02.O.0.05	Marketing în ramură	240	60	180	2	2		ex	8
S.02.O.0.06	Marketing internațional	240	60	180	2	2		ex	8
S.02.A.0.07	Etică și probleme de marketing	210	60	150	2	2		ex	7
S.02.A.0.08	Diagnosticul activității economice								
S.02.A.0.09	Logistica și Supply Chain Management	210	60	150	2	2		ex	7
S.02.A.0.10	Asigurări și reasigurări internaționale								
<b>Total semestrul II</b>		<b>900</b>	<b>240</b>	<b>660</b>	<b>8</b>	<b>8</b>			<b>30</b>
<b>TOTAL ANUL I</b>		<b>1800</b>	<b>480</b>	<b>1320</b>	<b>16</b>	<b>16</b>			<b>60</b>

<b>ANUL II</b>									
<b>Semestrul III</b>									
S.03.O.0.11	Analiza concurenței și strategii competitive	150	40	110	2	2		ex	5
S.03.O.0.12	Branding și comunicare de marketing	150	40	110	2	2		ex	5
S.03.A.0.13 S.03.A.0.14	Dezvoltarea noilor produse Politici de marketing	150	40	110	2	2		ex	5
S.03.A.0.15 S.03.A.0.16	Marketing relațional Tehnici publicitare	150	40	110	2	2		ex	5
	Practica de specialitate	300		300				ex	10
<b>Total semestrul III</b>		<b>900</b>	<b>160</b>	<b>740</b>	<b>8</b>	<b>8</b>			<b>30</b>
<b>Semestrul IV</b>									
	Teza de master (Practica de cercetare)	900		900				ex	30
<b>Total semestrul VI</b>		<b>900</b>		<b>900</b>					<b>30</b>
<b>TOTAL ANUL II</b>		<b>1800</b>	<b>160</b>	<b>1640</b>	<b>8</b>	<b>8</b>			<b>60</b>
<b>TOTAL program</b>		<b>3600</b>	<b>640</b>	<b>2960</b>	<b>24</b>	<b>24</b>			<b>120</b>

#### Stagiile de practică

Nr. d/o	Stagiile de practică	Sem.	Săptămâni	ore	Perioada	Număr de credite
1	Practica de specialitate	III	4	300	noiembrie/decembrie	10
2	Practica de cercetare	IV	15	900	ianuarie-mai	30
<b>Total</b>				<b>1200</b>		<b>40</b>

#### Discipline la libera alegere

Nr. d/o	Denumirea disciplinei	Total ore	Anul	Sem.	Ore/săptămână			evaluarea	Credite
					C	S	L		
1	Pedagogia si psihologia învățământului universitar	150	1	II	3	3		examen	5
2	Didactica universitară	150	2	III	3	3		examen	5
3	PR management	120	1	II	2	2		examen	4
4	Marketing în vânzări	120	2	III	2	2		examen	4
5	Database Marketing	120	1	II	2	2		examen	4
6	Evaluarea pieței	120	2	III	2	2		examen	4

**Prerechizit pentru programele de master ale domeniului de formare profesională**

**"362.1 Marketing și logistică"**

Cod	Modulul / disciplina	Total ore	Inclusiv		Numărul de ore pe săptămână			Forma de evaluare	Număr de credite
			Contact direct	Lucru individual	Curs	Seminar	Laborator		
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
F.01.O.0.02	Teorie economică	180	75	105	2	3		ex	6
F.01.O.0.03	Monedă și credit	120	60	60	2	2		ex	4
F.01.O.0.04	Bazele contabilității	150	90	60	2	4		ex	5
F.02.O.0.10	Management	150	75	75	3	2		ex	5
F.02.O.0.11	Bazele marketingului	150	90	60	2	4		ex	5
F.03.O.0.17	Finanțe	150	75	75	2	3		ex	5
<b>Total</b>		<b>900</b>	<b>465</b>	<b>435</b>	<b>13</b>	<b>18</b>			<b>30</b>

## NOTĂ EXPLICATIVĂ

Marketingul ajută o firmă în crearea de valoare prin bună înțelegere a nevoilor clienților săi și oferindu-le produse și servicii inovatoare. Există noi dezvoltări în marketing, care oferă oportunități pentru antreprenori de a face contribuții importante în viitor. Criza economică actuală este schimbarea modelelor actuale și viitoare de cumpărare și de consum ale consumatorilor.

**Programul de master cu specializarea „Studii în marketing” (MP)** se încadrează în domeniul general 36. Științe Economice. Programul de master este elaborat în conformitate cu Planul-cadru pentru studii superioare (ciclul I-Licență, Ciclul II – Master, studii integrate, Ciclul III - Doctorat), aprobat prin ordinul Ministerului Educației nr. 1054 din 29 octombrie 2015. Conținuturile prezentului program au fost coordonate în comun cu mediul de afaceri, inclusiv angajatorii.

**Scopul** programului de master constă în formarea competențelor profesionale viitorilor specialiști în vederea inserției pe piața muncii în economia națională capabili de a analiza, evalua, reflecta și gestiona problemele legate activitatea de marketing a unei întreprinderi.

**Admiterea** la program se realizează conform Regulamentului de admitere la studii superioare de masterat, ciclul II, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr.1455 din 24 decembrie 2007, elaborat în conformitate cu art. 78, 79, 80, 85, 89, 91 din Codul Educației nr. 152 din 17.07.2014

**În conformitate cu Clasificatorul ocupațiilor din Republica Moldova, absolvenții acestui program pot activa în calitate de:** Manager (în serviciile de marketing și vânzare), Șef secție (marketing și vânzare), Expert economist în comerț și marketing, Șef birou marketing, Șef serviciu marketing, Specialist marketing, Director departament marketing, leasing și cotare, Marketer, Brand manager ș.a.

Regulile privind **promovarea academică**/finalizarea programului de studiu, studenții trebuie să participe și să susțină examene în volum de 120 de credite ECTS, divizat în 4 semestre. Un semestru cuprinde unități de învățare ce corespund la 30 de credite ECTS. Programul cuprinde unități de învățare: fundamentale –30 de credite ECTS, de specialitate obligatorii -26 de credite ECTS, de specialitate la libera alegere – 24 de credite ECTS, stagiile de practică – 10 credite ECTS, teza de master – 30 credite ECTS.

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

1. dezvoltarea, evaluarea și implementarea strategiilor de marketing pentru diferite tipuri de afaceri (industrie, servicii, agricultură etc.) și aplicarea modelelor relevante de dezvoltare a produsului și a conceptului în afaceri

2. crearea un mediu motivant în departamentul de marketing, dezvoltarea și punerea în aplicare a reuniunilor cu accent pe rezultatele economice și umane

3. desfășurarea activități de cercetare, analiză de date, crearea planurilor de marketing eficiente, și sprijinirea deciziilor care satisfac nevoile și dorințele clienților

4 elaborarea strategiilor de gestiune a performanțelor și riscurilor în domeniul marketingului prin evaluarea impactului factorilor principali asupra activității din domeniul respectiv

5 proiectarea scenariilor de gestiune a proceselor în domeniul marketingului prin identificarea criteriilor de optimizare a lor, în vederea atingerii performanțelor înalte

6 dezvoltarea capacităților de a răspunde problematicii sociale, științifice și etice în procesul muncii și vieții sociale

**Matricea corelării finalităților de studiu a programului cu cele ale unităților de curs**

<b>Disciplina</b>	<b>Competențe</b>	<b>Codul disciplinei</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
Metodologia și etica cercetării în marketing		F.01.O.0.01			✓	✓		
Metode cantitative in luarea deciziilor		F.01.O.0.02			✓			
Managementul marketingului		F.01.O.0.03	✓	✓		✓	✓	
Cercetări și analize de piață		S.01.O.0.04			✓	✓		
Marketing în ramură		F.02.O.0.05	✓	✓			✓	✓
Marketing internațional		S.02.O.0.06	✓	✓		✓		
Etică și probleme de marketing		S.02.A.0.07	✓					✓
Diagnosticul activității economice		S.02.A.0.08			✓		✓	
Logistica și Supply Chain Management		S.02.A.0.09	✓		✓			✓
Asigurări si reasigurării internaționale		S.02.A.0.10	✓				✓	
Analiza concurenței și strategii competitive		S.03.O.0.11			✓		✓	
Branding și comunicare de marketing		S.03.O.0.12				✓	✓	
Dezvoltarea noilor produse		S.03.A.0.13	✓			✓		
Politici de marketing		S.03.A.0.14				✓	✓	✓
Marketing relațional		S.03.A.0.15	✓	✓			✓	
Tehnici publicitare		S.03.A.0.16				✓	✓	
Practica de specialitate			✓	✓	✓	✓	✓	✓
Teza de master (Practica de cercetare)			✓	✓	✓	✓	✓	✓