

„Aprobat”

Ministerul Educației al Republicii Moldova

„ 25 ” 20 16

Nr. de înregistrare 17519



„Aprobat”:

Senatul Universității de Studii Politice și Economice

Europene „Constantin Stere”, pr. verb. nr. 6

Rector P. Frunțașu, dr. conf.univ.

29 martie 2016



Ministerul Educației al Republicii Moldova
Ministry of Education of the Republic of Moldova

Universitatea de Studii Politice și Economice „C. Stere”
University on Political and Economical European Studies „C. Stere”

Facultatea Științe Economice / Faculty of Economics

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÎNT / EDUCATION PLAN

Domeniul general de studiu <i>General field of study</i>	36	Științe Economice <i>Science Economic</i>
Program de master profesional <i>Professional master's program</i>		Marketing și comunicare în afaceri <i>Marketing and Business Communication</i>
Numărul total de credite de studiu <i>Number of study credits</i>	120	
Titlul obținut la finele studiilor <i>Conferred Title</i>	Master în științe economice <i>Master in Economic Sciences</i>	
Nivelul calificării / <i>Level of qualification</i>	Nivelul 7 ISCED / <i>ISCED 7 Level</i>	
Baza admiterii / <i>Access requirements</i>	diploma de licență / <i>diploma of Licentiate</i>	
Forma de organizare a învățămîntului <i>Mode of study</i>	învățămînt cu frecvență <i>Full-time studies</i>	
Limba de instruire/ <i>Language training</i>	Româna / <i>Romanian</i>	
Responsabil de programul de studiu <i>Responsible for Program</i>	Lîsîi Aliona, dr., conf. univ., Coptileț Valentina, dr., conf. univ., Chiriac Lilia, dr., conf. univ.	
Grupul de lucru <i>Working Group</i>	Lîsîi Aliona, dr., conf. univ., Coptileț Valentina, dr., conf. univ., Chiriac Lilia, dr., conf. univ., Malai Lillia, metodist	

CHIȘINĂU, 2016

CALENDARUL UNIVERSITAR

Nr. d/o	Anul de studii	Activități didactice, Sesiuni de examinare		Practica	Vacanțe		
		Sem.I	Sem.II		Iarnă	Primăvară	Vară
1	Anul I	12 septembrie – 23 decembrie 16 ianuarie – 5 februarie (18 săptămâni)	6 februarie – 18 iunie (18 săptămâni)		24 decembrie-15 ianuarie (3 săptămâni)	1 săptămână	26 iunie -31 august (10 săptămâni)
2	Anul II	1 septembrie – 10 noiembrie (10 săptămâni)	-	Practica de specialitate 11 noiembrie-22 decembrie (6 săptămâni) Practica de cercetare 16 ianuarie – 07 mai (15 săptămâni)	24 decembrie-15 ianuarie (3 săptămâni)	1 săptămână	-

CONȚINUTUL PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÎNT

Cod	Denumirea unității de curs	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr.credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	Prelegeri	Seminare	L/P		
Anul I									
Semestrul I									
F.01.O.01	Metodologia și etica cercetării în economie <i>Methodology and research ethics in economy</i>	150	45	105	22	23	0	examen	5
F.01.O.02	Management internațional <i>International management</i>	150	45	105	22	23	0	examen	5
F.01.O.03	Strategii competitive de produs și gestiunea mărcii <i>Competitive product strategy and brand management</i>	150	30	120	15	15	0	examen	5
F.01.O.04	Modul: Marketing antreprenorial / Marketing inovațional <i>Module: Entrepreneurial Marketing / marketing innovation</i>	150	45	105	22	23	0	examen	5
F.01.O.05	Contabilitatea în afaceri <i>Accounting business</i>	150	30	120	15	15	0	examen	5

S.01.O.06	Modul: Analiza financiară în afaceri/ <i>Business Financial Analysis//</i> Asigurări și reasigurări în afaceri <i>/Insurance and reinsurance business</i>	150	45	105	22	23	0	examen	5
Total sem. I		900	240	660	118	122	0	6 ex	30
Semestrul II									
F.02.O.07	Elaborarea și administrarea proiectelor <i>Design and management of projects</i>	150	40	110	20	20	0	examen	5
F.02.O.08	Tehnici avansate de comunicare și negocieri în afaceri <i>Advanced communication and business negotiations</i>	150	45	105	22	23	0	examen	5
S.02.O.09	Modul: Management strategic /Strategii de dezvoltare a afacerilor <i>Module: Strategic management / Business development strategies</i>	150	45	105	22	23	0	examen	5
S.02.A.010	Modul: Euromarketing / Teorii și modele ale dezvoltării <i>Module: Euro Marketing / Theories and models of development</i>	150	30	120	15	15	0	examen	5
S.02.A.011	Marketingul relațional <i>Relationship marketing</i>								
S.02.O.012	Planificarea și evaluarea afacerilor <i>Planning and business evaluation</i>	150	45	105	23	22	0	examen	5
S.02.O.013	Tehnici promoționale <i>Promotional techniques</i>	150	45	105	22	23	0	examen	5
Total sem. II		900	250	650	124	126	0	6 ex	30
Total anul I		1800	490	1310	242	248	0	12 ex	60
Anul II									
Semestrul III									
S.03.O.014	Managementul resurselor umane <i>Human resources management</i>	180	50	130	30	20	0	examen	6
S.03.A.015	Tehnici de gestiune a riscurilor antreprenoriale / <i>Entrepreneurial risk management techniques</i>	180	50	130	30	20	0	examen	6
S.03.A.016	Eficiența și finanțarea investițiilor în afaceri / <i>Efficiency and financing business investment</i>								
S.03.O.017	Teoria și practica deciziilor în afaceri <i>Theory and practice in business decisions</i>	180	50	130	30	20	0	examen	6
	Stagiu de practică	360	0	360	0	0	0	examen	12
Total sem. III		900	150	750	90	60	0	4 ex	30

Semestrul IV									
	Teza de master	900	0	900	0	0	0	0	30
Total sem. IV		900	0	900	0	0	0	0	30
Total an. II		1800	150	1650	90	60	0	4 ex	60
Total pentru anii de studii		3600	640	2960	332	308	0	16 ex	120

STAGIILE DE PRACTICĂ

Nr.o.	Stagiile de practică	Sem.	Nr.săpt./ ore	Perioada	Nr. de credite
1.	Practica de specialitate / <i>Practice on specialty I</i>	III	6/360	11 noiembrie-22 decembrie (6 săptămâni)	12
2	Practica de cercetare / <i>Research practice</i>	IV	15/900	16 ianuarie – 07 mai (15 săptămâni)	30
TOTAL		-	21/1260		42

DISCIPLINI LA LIBERA ALEGERE

1.	Limba străină fr./eng./germ. în economie	150	40	110	2	1	0	examen	5
2.	Analiza concurenței / Strategii preț	150	40	110	2	1	0	examen	5
3.	Culturi organizaționale și manageriale	150	40	110	2	1	0	examen	5
TOTAL		450	120	330	6	3	0	ex	15

MATRICEA CORELĂRII FINALITĂȚILOR DE STUDIU A PROGRAMULUI CU CELE ALE UNITĂȚILOR DE CURS

Unități de curs /Finalitățile de studiu	Cod	Nr.de credite	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Metodologia și etica cercetării în economie	F.01.O.01	5	+	+		+			+	+				+	+		+		+			
Management internațional	F.01.O.02	5		+				+				+										
Strategii competitive de produs și gestiunea mărcii	F.01.O.03	5	+		+	+		+	+	+	+			+			+	+		+	+	+
Modul: Marketing antreprenorial / Marketing inovațional	F.01.O.04	5	+		+		+	+			+			+		+	+	+		+		+
Contabilitatea în afaceri	F.01.O.05	5		+							+				+							
Modul: Analiza financiară în afaceri/ Asigurări și reasigurări în afaceri	S.01.O.06	5	+	+		+		+			+					+				+		+
Elaborarea și administrarea proiectelor	F.02.O.07	5		+		+	+					+										
Tehnici avansate de comunicare și negocieri în afaceri	F.02.O.08	5		+		+			+			+			+					+		+
Modul: Management strategic /Strategii de dezvoltare a afacerilor	S.02.O.09	5		+	+			+			+		+		+		+		+			
Modul: Euromarketing / Teorii și modele ale dezvoltării Marketingul relațional	S.02.A.010 S.02.A.011	5	+	+		+		+		+			+		+			+		+		+
Planificarea și evaluarea afacerilor	S.02.O.012	5			+			+		+			+	+		+		+	+			
Tehnici promoționale	S.02.O.013	5	+		+		+			+		+			+						+	
Managementul resurselor umane	S.03.O.014	6		+		+			+			+		+			+		+			+
Tehnici de gestiune a riscurilor antreprenoriale	S.03.A.015	6	+		+			+			+		+			+		+			+	
Eficiența și finanțarea investițiilor în afaceri	S.03.A.016																					
Teoria și practica deciziilor în afaceri	S.03.O.017	6	+	+			+			+			+	+			+		+			

PONDEREA UNITĂȚILOR DE CURS ÎN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÎNT

Componente creditate	Structura formativă, gradul de obligativitate	Program de master de profesionalizare (MP)			
		Plan-cadru (120 credite)		Plan de învățămînt (120 credite)	
		(minim- maxim)		(minim- maxim)	
		%	credite	%	credite
Unități de curs fundamentale (cod F)	Obligatoriu	20-30 %	24-36 cr.	29 %	35 cr.
Unități de curs de spre specialitate/module (cod S).	Obligatoriu și Opțional (Opțiunile vor constitui pînă la 30 %)	35-45 %	42-54 cr.	36 %	43, dintre care 11 cr. în regim de opțiune
Stagii de practică	Obligatoriu	8-12 %	10-14 cr.	10 %	12 cr
Teza de master	La decizia Senatului	20-30 %	24-36 cr.	25 %	30
Total					120 cr

PREZENTAREA PROGRAMULUI DE MASTER

Programul de studii la ciclul II, studii superioare de masterat, este realizat la domeniul general de studii 36 Științe economice, tipul programului – de profesionalizare, domeniului de formare profesională: Marketing și comunicare în afaceri. Programul este realizat pentru titularii diplomelor de licență. Procesul de instruire este organizat în patru semestre, conform calendarului academic, cu numărul total de credite – 120, forma de organizare a studiilor este cu frecvență la zi. Titlul acordat la finisarea studiilor: Master în Științe Economice.

Actualitatea planului constă în cuprinderea în aria preocupărilor de studiu a unor unități de curs relativ recent conturate, impuse de necesitatea adaptării la nevoile imediate ale societății moldovenești de asociere și integrare ulterioară la Uniunea Europeană.

Necesitatea unui program de masterat – este determinată de vectorul dezvoltării socio-economice actuale a Republicii Moldova, care implică formarea specialiștilor de înaltă calificare pentru asigurarea funcționării adecvate a sferelor economică, socială, culturală, și dezvoltarea durabilă ale societății contemporane, capabili să răspundă standardelor dictate de procesul de dezvoltare a afacerilor în circuitul economic european. Este salutabilă această inițiativă, dat fiind faptul că:

- a) Formarea specialiștilor în științe economice, economiști cu competențe în marketing, cu o largă pregătire teoretică și aplicativă, capabili să se integreze rapid și eficient în corporații, pe diferite niveluri ierarhice constituie o problemă caracter prioritar, atât din punct de vedere național, cât și internațional;
- b) Alinierea la standardele ocupaționale și profesionale de specialitate existente la nivel european și internațional în vederea reducerii dificultăților

absolvenților în procesul de încadrare în câmpul muncii, este o condiție a realizării obiectivelor strategiei de dezvoltare a educației pentru anii 2014-2020 „Educația-2020”;

- c) Organizarea masteratului la domeniul general de studii Științe economice: Marketing și comunicare în afaceri este oportună în contextul reformelor învățământului universitar din țară, în conformitate cu principiile și standardele UE (Procesul de la Bologna).

Angajarea în câmpul muncii:

Pentru facilitarea angajării în câmpul muncii a absolvenților programului de masterat, pe parcursul studiilor se vor forma următoarele competențe profesionale: Utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor de marketing; Utilizarea instrumentelor și a aplicațiilor informatice în activitățile de marketing; Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind firma și mediul de marketing al firmei; Fundamentarea și elaborarea mix-ului de marketing; Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației; Utilizarea adecvată a metodelor și tehnicilor de comunicare de marketing.

Specialistul își va desfășura activitatea dată în instituții de stat, întreprinderi naționale și transnaționale, departamente, ministere de stat, organisme internaționale, instituții universitare din țară și peste hotare. Specialistul capabil să identifice problemele economice contemporane și să propună posibilități de soluționare a acestora se integrează armonios în sistemul științelor societății contemporane. Activitatea specialistului în domeniul științelor economice implică utilizarea pe larg a tehnologiilor informaționale, întrucât noile tehnologii permit o conexiune eficientă la sistemul relațiilor economice.

1. Manager de instituții, organizații și întreprinderi
2. Manager compartiment specializat (comerț, marketing și vânzare, cercetări de marketing)
3. Managerul serviciul logistic
4. Șef agenție de publicitate
5. Șef secție (comunicare, publicitate, relații publice)
6. Șef secție aprovizionare tehnico-materială
7. Șef complex comercial
8. Șef laborator (în comerț)
9. Șef secție (în comerț)

Masterandul în științe economice poate să-și desfășoare activitatea profesională în toate sferele vieții socio-economico-culturale.

FINALITĂȚILE PROGRAMULUI DE MASTERAT

Competențe generale:

1. Posedă cunoștințe conceptuale avansate în domeniul științelor economice, atât sub aspect teoretic, cât și cel practic, ce ține de exprimarea scrisă și orală;
2. Pot să comunice informații, idei, probleme și soluții atât auditoriului versat în domeniul științelor economice, cât și celui obișnuit;
3. Posedă abilități practice de aplicare a cunoștințelor teoretice în diferite domenii - interdisciplinare;
4. Propun, estimează, formulează, validează și implementează argumentat evenimentele economice contemporane, principiile metodologice ale politicii economice, rolul tratatelor internaționale asupra evoluției relațiilor economice, rolul configurației sistemelor internaționale economice asupra ordinii mondiale, sugestii și soluții

referitoare la mecanismul dezvoltării relațiilor de piață actuale, etc.

5. se orientează abil în situații profesionale noi, inedite aplicînd competențele acumulate prin implementarea soluțiilor novatoare ce necesită luarea deciziilor prin utilizarea cunoștințelor profunde în domeniul științelor economice și relațiilor economice;
6. în procesul de luare a deciziilor realizează conexiunea dintre competențele în domeniul științelor economice cu cele acumulate prin studierea altor discipline aferente;
7. extind competențele obținute și conceptele doctrinare studiate asupra altor fenomene de ordin social, care survin în procesul de luare a deciziilor în situații profesionale concrete.

Competențe specifice:

1. să utilizeze cunoștințe teoretice și practice specializate, avansate în domeniul *Marketing și comunicare în afaceri*;
2. să demonstreze capacități analitice privitoare la inovațiile din domeniul *Marketing și comunicare în afaceri*;
3. să analizeze critic teoriile, concepțiile și principiile care stau la baza unei economii și a unui management modern;
4. să organizeze cercetări de marketing pentru fundamentarea programelor de marketing și planurilor organizației;
5. să proiecteze și să planifice afacerile în funcție de priorități (de a elabora strategii, obiective, de a anticipa activitatea și rezultatele)
6. să fie buni negociatori;
7. să stabilească relații benefice cu publicul organizației (furnizorii, transportatorii, distribuitorii și clienții întreprinderii)
8. să inițieze o afacere;
9. să organizeze activitățile de marketing și logistică;
10. să organizeze selecția și angajarea personalului din sfera marketingului;
11. să asigure desfășurarea activităților în conformitate cu legile și normele stabilite;
12. să rezolve probleme prin integrarea surselor de informații complexe, câteodată incomplete, în contexte noi și necunoscute;
13. să fie promotor al schimbării într-un mediu complex;
14. să elaboreze politica de marketing a întreprinderii;
15. să elaboreze bugetul de marketing;
16. să formeze de echipe și să dezvolte colaborarea interpersonală;
17. să contribuie la asigurarea cu resurse financiare și materiale a proiectelor organizației;
18. să organizeze un sistem informațional de marketing dinamic și eficient;
19. să cunoască aria de competență și implicare a specialiștilor în marketing;
20. să răspundă problematicilor sociale, științifice și etice care apar în muncă de studiu;

Aprobat la Ședința Catedrei 16.03.2016
Șef catedră [Signature]

Aprobat la Consiliul Facultății 23.03.2016
Decan [Signature]