

„Aprobat”

Ministerul Educației al Republicii Moldova

25

2016

Nr. de înregistrare



„Aprobat”:

Senatul Universității de Studii Politice și Economice Europene

C. Stere pr. verb. nr. 6

Rector P. Frunțașu, dr. conf.univ.

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
General field of study

Domeniul de formare profesională
Field training

Specialitatea / Specialty

Numărul total de credite de studiu
Number of study credits

Titlul obținut la finele studiilor
Conferred Title

Nivelul calificării / Level of qualification

Baza admiterii
Access requirements

Limba de instruire / Language training

Forma de organizare a învățămîntului
Mode of study

Responsabil de programul de studiu
Responsible for Program
Grupul de lucru
Working Group

36 Științe Economice
Science Economic
362 Marketing și logistică
Marketing and logistics
362.1 Marketing și logistică
Marketing and logistics
180

Licențiat în Științe economice
The Degree of Licentiate in economic science

Nivelul 6 ISCED / 6 ISCED Level

diploma de bacalaureat, diploma de studii medii de specialitate (colegiu), diploma de studii superioare universitare
diploma of Baccalaureate, diploma specialized of secondary education and general, diploma of Licentiate

Româna / Romanian

învățămînt cu frecvență redusă
part-time studies

Lîși Aliona, dr., conf. univ., Coptileț Valentina, dr., conf. univ., Chiriac Lilia, dr., conf.univ.,

Lîși Aliona, dr., conf. univ., Coptileț Valentina, dr., conf. univ., Malai Lilia, metodist

CHIȘINĂU, 2016

CALENDARUL UNIVERSITAR / ACADEMIC CALENDAR

Anul de studii	Activități didactice			Sesiuni de examene		Stagii de practică
	Sesiunea de toamnă-iarnă		Sesiunea de primăvară-vară	Sesiunea de toamnă-iarnă	Sesiunea de primăvară-vară	
Anul I	10 zile sesiunea de reper	15 zile	15 zile	4 zile	5 zile	14 zile (mai)
Anul II	15 zile		15 zile	4 zile	5 zile	21 zile (martie)
Anul III	15 zile		15 zile	4 zile	5 zile	14 zile (martie)
Anul IV	15 zile		10 zile	4 zile	3 zile	42 zile (martie-mai)

PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÎNT PE SEMESTRE / ANI DE STUDIU

Cod	Denumirea unității de curs/modulului	Total ore				Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Nr cr
		Total	Contact direct		Studiu individual	C	S	L/P		
			zi	fr						
ANUL I										
SEMESTRUL I										
Discipline fundamentale										
F.01.O.001	Teoria economică I / <i>Economic theory I</i>	180	90	36	144	24	12	0	ex	6
Discipline de orientare socio-umanistică										
U.01.A.002	Introducere în studiul dreptului <i>Introduction to the study of law</i>	120	60	24	96	20	4	0	ex	4
U.01.A.003	Leadership și managementul capitalului uman <i>Leadership and Management of Human Capital</i>									
U.01.A.004	Politologia / <i>Political science</i>	120	60	24	96	16	8	0	ex	4
U.01.A.005	Culturologia/ Fenomenul cultural autohton <i>Cultorology / Indigenous cultural phenomenon</i>									
Discipline de creare a abilităților și competențelor generale										
G.01.O.006	Limba străină pentru comunicare (engl./fr.) <i>Foreign language for communication</i>	120	60	24	96	0	0	24	ex	4
Total C,S,L semestrul I		540	270	108	432	60	24	24	4 ex	18
SEMESTRUL II										
Discipline fundamentale										
F.02.O.007	Management / <i>Management</i>	180	90	28	152	12	16	0	ex	6
F.02.O.008	Matematică Economică / <i>Economic mathematics</i>	180	90	28	152	20	8	0	ex	6
F.02.O.009	Teoria economică II / <i>Economic theory II</i>	150	96	22	128	10	12	0	ex	5
Discipline de creare a abilităților și competențelor generale										
G.02.O.010	Limba străină pentru comunicare (engl./fr.) <i>Foreign language for communication</i>	120	60	18	102	0	0	18	ex	4
G.02.O.011	Utilizarea tehnologiilor informaționale în domeniul economiei <i>Informational technologies in the economy</i>	120	60	18	102	0	0	18	ex	4
	Practica de inițiere / <i>Internship initiation in speciality</i>	60	0	0	60	0	0	0	ex	2
Total C,S,L semestrul II		810	396	114	696	42	36	36	6 ex	27
Total C,S,L anul I		1350	666	222	1128	102	60	60	10 ex	45
ANUL II										

SEMESTRUL III										
Discipline fundamentale										
F.03.O.012	Statistica economică / <i>Economic Statistics</i>	150	72	24	126	20	4	0	ex	5
F.03.O.013	Bazele contabilității/ <i>Basics of accounting</i>	150	72	22	128	12	10	0	ex	5
F.03.O.014	Bazele antreprenoriatului <i>Basics of entrepreneurship</i>	180	90	28	152	14	14	0	ex	6
Discipline de orientare spre specialitate										
S.03.O.015	Modul: Economia entităților economice <i>Economy economic entities /</i> Organizarea ergonomică a muncii <i>Ergonomic work organization</i>	180	90	28	152	14	14	0	ex	6
Total C,S,L semestrul III		660	324	102	558	60	42	0	4 ex	22
SEMESTRUL IV										
Discipline fundamentale										
F.04.O.016	Cercetări de marketing / <i>Marketing Research</i>	120	52	22	98	18	4	0	ex	4
Discipline de orientare spre specialitate										
S.04.O.017	Marketing I / <i>Marketing I</i>	120	60	22	98	18	4	0	ex	4
S.04.O.018	Contabilitatea financiară I/ <i>Financial accounting I</i>	180	90	28	152	14	14	0	ex	6
Discipline de orientare socio-umanistică										
U.04.A.019	Filozofia și logica / <i>Philosophy and logic</i>	120	60	22	98	18	4	0	ex	4
U.04.A.020	Construcția europeană / <i>European construction</i>									
U.04.A.021	Negocieri în afaceri internaționale <i>International business negotiations</i>									
	Practica de specialitate I / <i>Practice on specialty I</i>	150	0	0	150	0	0	0	ex	5
Total C,S,L semestrul IV		690	262	94	596	68	26	0	5 ex	23
Total C,S,L anul II		1350	586	196	1154	128	68	0	9 ex	45
ANUL III										
SEMESTRUL V										
Discipline fundamentale										
F.05.O.022	Managementul riscurilor în afaceri <i>Business risk management</i>	180	90	28	152	14	14	0	ex	6
Discipline de orientare spre specialitate										
S.05.O.023	Finanțe / <i>Finance</i>	120	60	22	98	18	4	0	ex	4
S.05.A.024	Marketing II/ (Teza de an) <i>Marketing II (Year Thesis)</i>	150	78	24	126	12	12	0	ex	5
S.05.A.025	Marketingul serviciilor / <i>Marketing services</i>									
Discipline de orientare socio-umanistică										
U.05.A.026	Integrare economică europeană <i>European economic integration</i>	120	52	22	98	18	4	0	ex	4
U.05.A.027	Sistemul instituțional european <i>European institutional system</i>									
U.05.A.028	Psihologia comunicării/ <i>Psychology of communication</i>									
Total C,S,L semestrul V		570	280	96	474	62	34	0	4 ex	19

SEMESTRUL VI										
Discipline de orientare spre specialitate										
S.06.A.029 S.06.A.030	Politici de produs / <i>Product Policies</i> Managementul calității / <i>Quality management</i>	150	78	24	126	16	0	8	ex	5
S.06.A.031 S.06.A.032	Finanțele întreprinderii / <i>Finance company</i> Correspondența economică <i>Economic correspondence</i>	120	65	20	100	16	4	0	ex	4
S.06.O.033	Marketing inovațional / <i>Marketing innovation</i>	150	75	24	126	12	12	0	ex	5
Discipline de creare a abilităților și competențelor generale										
G.06.O.034	Etica profesională / <i>Professional ethics</i>	120	65	20	100	16	4	0	ex	4
Discipline de orientare socio-umanistică										
	Practica de specialitate II / <i>Practice on specialty II</i>	120	0	0	120	0	0	0	ex	4
Total C,S,L semestrul VI		660	283	88	572	60	20	8	5 ex	22
Total C,S,L anul III		1230	563	184	1046	122	54	8	9 ex	41
ANUL IV										
SEMESTRUL VII										
Discipline de orientare spre specialitate										
S.07.A.035 S.07.A.036	Modul: Tehnici de comerț extern /Marketing internațional <i>Foreign trade techniques/ International marketing</i> Bazele tehnologiilor industriale <i>Basics of industrial technologies</i>	150	75	24	126	12	12	0	ex	5
S.07.O.037	Tranzacțiile economice internaționale <i>International economic transactions</i>	120	60	22	98	18	4	0	ex	4
S.07.A.038 S.07.A.039	Comportamentul consumatorului <i>Consumer behaviour</i> Logistica / <i>Logistics</i>	150	75	24	126	12	12	0	ex	5
S.07.A.040 S.07.A.041	Bazele marelologiei și expertizei mărfurilor <i>Basics of commodity science and goods expertise</i> Dreptul afacerilor / <i>Business law</i>	150	75	22	128	16	6	0	ex	5
Total C,S,L semestrul VII		570	285	92	478	58	34	0	4 ex	19
SEMESTRUL VIII										
Discipline de orientare spre specialitate										
S.08.O.042	Evaluarea întreprinderii / <i>Business evaluation</i>	120	60	22	98	18	4	0	ex	4
S.08.A.043 S.08.A.044	Marketing industrial / <i>Industrial marketing</i> Marketing social politic / <i>Political social marketing</i>	120	60	22	98	18	4	0	ex	4
S.08.O.045	Analiza economico-financiară <i>Economic and financial analysis</i>	120	60	22	98	18	4	0	ex	4
	Practica de producție	150	0	0	150	0	0	0	ex	5
	Practica de licență	120	0	0	120	0	0	0	ex	4
	Examenul de licență	0	0	0	0	0	0	0		9

Total C,S,L semestrul VIII	630	180	66	564	54	12	0	5 ex	30
Total C,S,L anul IV	1200	465	158	1042	112	46	0	9 ex	49
Total	5130	2280	760	4370	464	228	68	37 ex	180

STAGIILE DE PRACTICĂ

Nr.o.	Stagiile de practică	Sem.	Nr.săpt./ ore	Perioada	Nr. de credite
1.	Practica de inițiere	II	2 /60	mai	2
2	Practică de specialitate I	IV	3/150	martie	5
3.	Practică de specialitate II	VI	2 /120	martie	4
4	Practică de producție	VIII	4 /150	martie-aprilie	5
5.	Practică de licență	VIII	2 /120	aprilie-mai	4
TOTAL			11 /600		20

MINIMUL CURRICULAR ÎNȚĂL PENTRU UN ALT DOMENIU LA CICLUL II

		Total	Contact direct	Studiu individual	C	S	L/P	Forma de evaluare	Nr cr
M.01.L.001	Management	180	28	152	12	16	0	ex	6
M.03.L.002	Bazele antreprenoriatului	180	28	152	14	14	0	ex	6
M.05.L.003	Managementul riscurilor în afaceri	180	28	152	14	14	0	ex	6
M.05.L.004	Tranzacții economice internaționale	120	22	98	18	4	0	ex	4
M.06.L.005	Marketing industrial	120	22	98	18	4	0	ex	4
M.06.L.006	Marketing social politic								
M.06.L.007	Analiza economico-financiară	120	22	98	18	4	0	ex	4
		900	150	750	94	56	0	ex	30

DISCIPLINE LA LIBERĂ ALEGERE¹

Nr. d/o	Denumirea disciplinei	Anul	Sem.	Numărul ore săptămânal			Evaluări	Nr. de credite
				P	S	L		
1.	Limba română pentru alolingvi	I	I	2	2	-	Examen	4
2.	Limba engleză	I	I	2	2	-	Examen	4
3.	Limba engleză	I	II	2	2	-	Examen	4
4.	Modul sănătos de viață	II	III	-	2	-	Examen	2
5.	Protecția civilă	II	IV	-	2	-	Examen	2
6.	Agromarketing	III	V	2	-	-	Examen	2
				8	10	-	Examen	18

EXAMENE DE LICENȚĂ

N. d/o	Denumirea activității	Perioada	Nr. de credite
1.	Examenul integrator Marketing și economie	Iunie	3
2.	Susținerea tezei de licență	Iunie	6
TOTAL			9

¹Pe tot parcursul formării profesionale, studentul poate selecta discipline la liberă alegere în volum de cel mult 10% din numărul total de ore (18 credite) și se realizează suplimentar, în afara orarului de bază. Se acordă credite supra numărului total prevăzut.

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

Competențe generice	Unități de curs /Finalitățile de studiu	Cod	Nr.de credite	Competențe specifice																		
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1. Cunoștințe de bază în domeniu	Teoria economică I	F	6	+		+	+							+	+			+		+		+
	Management	F	6	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Matematică Economică	F	6	+		+	+								+							
2. Capacitatea de analiză și sinteză	Teoria economică II	F	5	+		+	+								+							
	Statistica economică	F	5	+	+		+	+							+			+		+	+	+
	Bazele contabilității	F	5	+											+					+		
3. Capacitatea de a învăța	Bazele antreprenoriatului	F	6	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Modul: Economia entităților economice	S	6			+	+			+	+	+								+		
	Organizarea ergonomică a muncii																					
4. Capacitatea de comunicare (inclusiv utilizând o limbă străină)	Marketing I	S	4	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+
	Contabilitatea financiară I	S	6	+								+	+		+		+			+		+
	Finanțe	S	4									+	+		+		+			+		
5. Spirit de inițiativă	Cercetări de marketing	F	4	+	+	+	+	+							+	+	+			+	+	+
	Politici de produs	S	5											+	+				+	+		
	Managementul calității																					
6. Capacitatea de muncă în echipă	Marketing II	S	5	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Marketingul serviciilor																					
	Finanțele întreprinderii	S	4	+		+		+			+	+		+	+			+	+			+
7. Creativitate	Correspondența economică																					
	Managementul riscurilor în afaceri	F	6				+	+	+					+	+							
	Modul: Tehnici de comerț extern / Marketing internațional	S	5					+	+											+	+	
8. Capacitatea de operare cu tehnologiile informaționale	Bazele tehnologiilor industriale																					
	Tranzacțiile economice internaționale	S	4									+	+								+	+
	Comportamentul consumatorului	S	5	+	+	+			+	+	+			+		+		+				
9. Capacitatea de adaptare la obiectivele și obiceiurile altor popoare	Logistica																					
	Bazele merceologiei și expertizei mărfurilor	S	5	+							+	+		+						+	+	+
	Dreptul afacerilor																					
	Marketing inovațional	S	5		+	+								+	+	+		+	+			
	Evaluarea întreprinderii	S	4				+				+					+						
	Marketing industrial	S	4															+	+			
	Marketing social politic																					
	Analiza economico-financiară	S	4												+					+	+	+

PONDEREA UNITĂȚILOR DE CURS ÎN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÎNT

Structura formativă, gradul de obligativitate	Componente creditate	Plan-cadru (180 credite)		Plan de învățămînt	
		(minim- maxim)		(minim- maxim)	
		%	cr.	%	Cr
Obligatoriu	Unități de curs fundamentale (cod F)	20-35%	36-63 cr.	27,2 %	49 cr.
	Unități de curs de creare a abilităților și competențelor generale (cod G)	5- 10%	9-18 cr.	8,8 %	16 cr.
Opțional	Unități de curs de orientare socio-umanistică (cod U)	5- 10%	9-18 cr.	8,8 %	16 cr.
Obligatoriu și Opțional	Unități de curs orientate spre specialitatea de bază (cod S)	30-40%	54-72 cr.	38,8 %	70 cr.
Obligatoriu	Stagii de practică	10-12%	18-22 cr.	11,1 %	20 cr.
La decizia Senatului	Examenul de Licență *	5-10%	9-18 cr.	5 %	9 cr.
Total		180	180	180	180

Extracurricular – în afara orarului de bază

Structura formativă, gradul de obligativitate	Componente creditate	Plan-cadru (180 credite)	Plan de învățămînt
La libera alegere	Minimul curricular inițial pentru un alt domeniu la ciclul II (cod M)	30 ECTS	30 ECTS
La libera alegere	Modulul psihopedagogic	60 ECTS	60 ECTS

PLANUL PENTRU MODULUL PSIHOPEDAGOGIC

Cod	Denumirea unității de curs	Total ore			Numărul de ore pe săptămână			Forma de evaluare	Nr credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	C	S	L		
ANUL II									
SEMESTRUL III									
F.03.O.001	Fundamente ale psihologiei	120	30	90	1	1		Examen	4
F.03.O.002	Etica pedagogică	60	30	30	1	1		Examen	2
S.03.A.003	Psihologia vîrstelor și a dezvoltării	120	30	90	1	1		Examen	4
S.03.A.004	Psihologia personalității								
	Practica de inițiere	60		60				Examen	2
	Total sem. 3	360	90	270	3	3		4	12
SEMESTRUL IV									
F.04.O.005	Pedagogie	150	30	120	1	1		Examen	5
F.04.O.006	Educația incluzivă	90	30	60	1	1		Examen	3
S.04.A.007	Tehnologii educaționale	90	30	60	1	1		Examen	3
S.04.A.008	Teoria și metodologia curriculumului								
	Practica pedagogică 1	180		180				Examen	6
	Practica pedagogică 2 (stagiul în perioada de vară)	240		240				Examen	8
	Total sem. 4	750	90	660	3	3		5	25
Total anul II		1110	180	930				9	37
ANUL III									
SEMESTRUL V									
S.05.A.009	Teoria și metodologia evaluării	90	30	60	1	1		Examen	3
S.05.A.010	Managementul clasei								
S.05.A.011	Didactica disciplinei	180	60	120	2		2	Examen	6
	Practica pedagogică 3	240		240				Examen	8
	Total sem. 5	510	90	420	3	1	2	3	17
SEMESTRUL VI									
	Practica pedagogică 4	180		180				Examen	6
	Total sem. 6	180		180				1	6
Total anul III		690	90	600				4	23
Total		1800	270	1530				13	60

NOTĂ EXPLICATIVĂ la Planul de învățământ Specialitatea 362.1 Marketing și logistică (ciclul I)

Concepția formării specialistului

Necesitățile societății în formarea specialistului în domeniul *Marketing și Logistică* rezultă din activitățile de marketing ale firmei: organizarea și dezvoltarea departamentului de marketing; cercetarea de marketing; elaborarea politicilor și a instrumentelor de marketing; aplicarea tehnicilor de comunicare și promovare; planificarea și realizarea operațiunilor logistice. Îndeplinirea acestor funcții în diverse tipuri de întreprinderi și organizații publice și private constituie arealul de angajare al absolvenților domeniului *Marketing și Logistică* care, pentru a fi competitivi pe piața muncii, trebuie să posede un set de abilități sociale și competențe profesionale.

Domeniul *Marketing și Logistică* are drept scop pregătirea specialiștilor pentru activități generale de marketing la general, cercetări de marketing, precum și de conducere a subdiviziunii de marketing, de vânzări sau logistică ale organizațiilor. La nivel de întreprindere, specialistul din domeniul *Marketing și Logistică* este cel care trebuie să asigure buna desfășurare a mai multor activități: cercetarea pieței, a consumatorului și a altor factori ai mediului de marketing; planificarea și realizarea activităților privind politicile de produs, de preț, de plasament și de promovare; organizarea departamentului de marketing al întreprinderii, logistica comercială. Totodată, absolvenții domeniului de formare *Marketing și Logistică* vor fi capabili să activeze atât în firmele comerciale, cât și cele non-profit.

Marketingul și Logistica este un domeniu profesional cu tradiții, puternic dezvoltat în SUA, Japonia și Europa. Instruirea specialiștilor în acest domeniu se face de mai multe decenii în multiple centre universitare ale Comunității Europene, iar absolvenții sînt solicitați pe piața forței de muncă, fiind antrenați în activități practice de succes, sînt promotori ai progresului. Din 2006 specialitatea îmbină două domenii conexe *Marketing și Logistică*.

Specificul domeniului de pregătire profesională în domeniul științelor economice la specialitatea dată este asigurat prin diversificarea listei disciplinelor de studiu, care include 45 discipline academice ale structurii formative de bază din planul de învățământ. În scopul cultivării la viitorul economist a deprinderilor: de a expune în mod științific o realitate sau un fapt socio-economic; de a examina efectiv oral și în scris anumite evenimente sau relații de natură economico-socială, precum și în scopul formării unui orizont larg de cultură atât economică, cât și sociologică, filosofică, juridică și politologică, în planul de învățământ au fost incluse cîteva discipline sociologice, filosofice, juridice și politologice, care însumează 16 credite de studii.

În contextul integrării europene a țării noastre, inclusiv a racordării sistemului de învățământ superior național la cerințele educaționale europene și aderării Republicii Moldova la 19 mai 2005 (Bergen, Norvegia) la Procesul de la Bologna, în planul de învățământ la domeniul de formare profesională nominalizat a fost introdus cursul cu tematică europeană în regim de opțiune Integrarea economică europeană în volum de 4 credite.

În același timp, s-au luat în considerație și alte cerințe ale Planului-cadru pentru ciclul I (studii superioare de licență) referitoare la componentele formative ale planului de învățământ. Spre exemplu, în componenta de orientare socio-umanistică au fost incluse în planul de învățământ astfel de discipline de studiu, precum ar fi "Introducere în studiu de drept", "Politologie", "Dreptul afacerilor" ș. a. În componenta de formare a abilităților și competențelor generale sînt incluse trei discipline: "Limba străină" (8 credite), "Educația fizică" (nu se cuantifică cu credite, dar se evaluează cu calificativul admis/respins), sistemul de predare ale cărora este axat în anul I de studii pe două dimensiuni relevante: traducerea textului, interpretarea textului.

Cît privește volumul de ore pentru studierea disciplinelor din cadrul diferitor componente și module, cuantificarea acestora cu credite, în planul de învățământ, de asemenea, s-au luat în calcul rigurile Planului-cadru (180 credite), fiecare disciplină avînd în mediu 120-180 ore și cuantificată, respectiv, în mediu cu 4-8 credite de studii.

Finalități de studiu și competențe:

• Competențe generale:

1. cunoștințe de bază în domeniu
2. capacitatea de analiză și sinteză
3. capacitatea de a învăța
4. capacitatea de comunicare (inclusiv utilizând o limbă străină)
5. spirit de inițiativă
6. capacitatea de muncă în echipă
7. creativitate
8. capacitatea de operare cu tehnologiile informaționale
9. capacitatea de adaptare la culturile și obiceiurile altor popoare

• Competențe specifice:

1. să demonstreze cunoștințe și comprehensiune în domeniul economic
2. să organizeze procesul de cercetare în marketing
3. să identifice problemele de marketing din întreprindere (scopul cercetării)
4. să selecteze și să aplice metodele de cercetare în marketing, potrivit scopului urmărit
5. să elaboreze rapoarte privind cercetarea de marketing
6. să inițieze programe de promovare și stimulare a vânzărilor
7. să posede tehnicile de vânzare și promovare, utilizate în marketing și să le adapteze la specificul clienților
8. să comunice convingător și eficient
9. să organizeze activitatea de marketing din întreprindere
10. să asigure desfășurarea activităților în conformitate cu legile și normele stabilite
11. să ajusteze activitatea la cerințele clienților
12. să adopte decizii optime în condiții de certitudine, incertitudine, risc
13. să elaboreze strategii de marketing în organizație
14. să evalueze și să îmbunătățească eficiența și eficacitatea activităților de marketing și logistică
15. să se automotiveze și să sporească eficiența propriei activități
16. să formeze echipe și să dezvolte colaborarea
17. să asigure și să gestioneze utilizarea eficientă a resurselor materiale, financiare și informaționale
18. să elaboreze și să coordoneze realizarea proiectelor
19. să cunoască aria de competență și implicarea a specialiștilor în marketing

Profilul ocupațional al absolventului

Posibilități de angajare. Licențiatul în Științe Economice poate activa în învățământul preuniversitar și universitar, specialist comunicare, specialist marketing și vânzări, agent commercial, agent de achiziții, economist, organizații guvernamentale și non-guvernamentale, instituții regionale și europene, ONG-uri și structuri administrativ-teritoriale naționale, organizații ale comerțului intern/extern, cercetarea științifică și expertiză, precum și în alte structuri și instituții de profil în calitate de profesor, analist economic, manager al afacerilor, cercetător științific, consilier, consultant, expert, translator.

Posibilități de continuare a studiilor. Absolvenții cu diplomă de licență care au obținut titlul de Licențiat în Științe economice pot să continue studiile în ciclul II (studii superioare de masterat) și la doctorat (studii postuniversitare).

În ultima instanță, la formarea unei generații de funcționari, cercetători și profesioniști, capabili să-și asume responsabilitatea pentru realizarea transformărilor economice democratice, pentru consolidarea unei societăți civile dinamice și a unei economii de piață durabile, adică a unui specialist economist competent, competitiv și creativ, este direcționată elaborarea și realizarea planului de învățământ în domeniul de formare profesională 362 Marketing și logistică.

Scopul și misiunea programului de studiu

În acest context, acest domeniu de formare profesională are drept scop să formeze *personalități integre, creative și competente profesional*, pentru a corespunde cerințelor actuale și de perspectivă a pieței forței de muncă locale și internaționale, care vor:

1. a conștientiza importanța practicării unor activități eficiente și eficace în viața profesională și cea cotidiană;
2. a forma și dezvolta competențele necesare pentru autorealizare și avansare în cariera profesională și în afaceri;
3. a acumula un ansamblu de cunoștințe, competențe, dezvoltă abilități și crea plusvaloare academică în domeniul *Marketing și Logistică*, care va servi drept bază pentru dezvoltarea personală și profesională

Specialiști sînt 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.

Pentru a realiza cu succes această ofertă educațională, este necesar să se creeze un *mediu educațional adecvat, calitativ și productiv, centrat pe student*, care se va baza pe următoarele principii de organizare a formării:

- crearea unui mediu de învățare autentic, apropiat de mediul afacerilor și relevant intereselor persoanei, pentru realizarea obiectivelor proiectate;
- însușirea de cunoștințe, formarea de deprinderi și de competențe personale și profesionale;
- îmbinarea aspectelor de natură teoretică cu cultivarea unor abilități legate de realitățile activităților din domeniul marketingului;
- structurarea demersurilor educaționale pe concepția “învăță acționînd” și dezvoltarea unor dexterități de ordin practic;
- valorificarea unor tehnici moderne de instruire, inclusiv de dezvoltare a creativității.

Metode de predare/învățare:

În predare/învățare se pune accent pe strategiile didactice interactive, paradigmele activ-participative și interpretative, bazate pe principiile constructivismului și diferențierii pedagogice: deplasarea accentului de la activitatea de predare spre cea de învățare, centrată pe student; reconsiderarea rolului profesorului ca organizator și facilitator al procesului de învățare în care sunt implicați studenții; conștientizarea studenților cu privire la necesitatea participării active la planificarea și gestionarea propriului traseu educațional; diferențierea demersurilor didactice în raport cu diferitele stiluri de învățare.

În conformitate cu aceste principii sunt utilizate metode tradiționale: expunerea didactică; conversația; metoda demonstrației, a observării; lucrul cu manuale și sursele bibliografice; exercițiu; algoritmizare; modelare didactică; problematizare, dar și moderne: activitate în echipă, mozaic, fishbowl, turul galeriei, simularea de caz/situație, interviu/argument în trepte, știu-vreau să știu-am aflat, asociațiile libere, studiul de caz etc.

Programul de studiu prevede realizarea proiectelor de cercetare/aplicate în grup și individual, lectura textelor de specialitate dirijată, întocmirea de referate la teme și alte activități supervizate. În predare/învățare se alocă o atenție deosebită formării de abilități, care se realizează în cadrul lecțiilor practice/de laborator, a stagiilor de profesionalizare și lucrului individual ghidat al studenților. În cadrul activităților extraplan sunt organizate seminare, traininguri, work-shopuri cu alocarea de credite extracurriculare.

Metode de evaluare:

Aptitudinile și cunoștințele studenților la fiecare disciplină sunt evaluate pe parcursul semestrului prin aplicarea a două teste de verificare și/sau prin întocmirea portofoliului; și/sau prin realizarea unui proiect; și/sau prin participarea la lecțiile practice și seminarii cu expuneri, în final fiind realizat un examen oral sau scris.

Verificarea pe parcurs are drept scop acumularea a minim două note pe semestru la disciplină.

Studenții pot prezenta probele de verificare a cunoștințelor în cadrul orelor de curs, precum și în orele suplimentare, prevăzute pentru consultații individuale, în conformitate cu planul individual al cadrului didactic. Numărul de absențe la curs care depășește 20% la orele teoretice și 10% la orele practice servește drept temei pentru neadmiterea studentului la proba finală: examenul la disciplină. Studentul poate recupera absențele în orele de serviciu ale cadrului didactic, fixate în programul catedrelor. Recuperarea absențelor și admiterea la examene se realizează în conformitate cu prevederile regulamentare interne. Acumularea de note pe parcursul semestrului și demonstrarea unei atitudini serioase față de formarea teoretică și practică la disciplină nu exclude parcurgerea examenului final de către studenți.

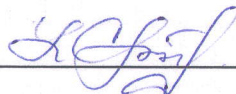
Restanțele la disciplinele de studiu se susțin pe parcursul sesiunilor de reexaminare. Promovarea la următorul an universitar se efectuează doar atunci, când studentul a validat toate cursurile din anii de studii anteriori. Cu toate acestea, studentul care nu a validat complet un semestru (are nu mai mult de 20 cred. la planul de studiu), poate fi promovat condiționat, cu condiția susținerii restanțelor în cadrul sesiunilor de reexaminare. Numărul mare de restanțe poate servi drept temei pentru repetarea semestrului / a anului de studii, sau pentru anularea statutului de student.

Pentru a fi admis la examenul de licență, studentul trebuie să valideze complet planul de studii, adunând câte 60 de credite academice pentru anii I, II, și III, în total acumulând 180 de credite transferabile.

Pentru a primi titlul de licențiat, studentul trebuie să susțină:

1. Examen integrator
2. Teza de licență

Aprobat la Ședința Catedrei 16.03.2016

Șef catedră 

Aprobat la Consiliul Facultății 23.03.2016

Decan 