



REPUBLICA MOLDOVA
MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA
MOLDOVA RESPUBLIKANIN ŪÛRETİM HEM AARAŞTIRMAK MİNİSTERLİİ
MINISTRY OF EDUCATION AND RESEARCH OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И ИССЛЕДОВАНИЙ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА

UNIVERSITATEA DE STAT DIN COMRAT/ KOMRAT DEVLET UNVERSİTETİ/
COMRAT STATE UNIVERSITY/ KOMRATSKİY GOSUDARSTVENNİY UNİVERSİTET
FACULTATEA DE ECONOMIE/ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

COORDONAT
СОГЛАСОВАНО

Ministerul Educației și Cercetării al RM

Министерство образования и исследований Республики Молдова

Исследовательский Республиканский Университет

nr./№ YSZ-02-20267

din/ с даты 16.04.2026

Ministru/ Министр [Signature]

APROBAT
ОДОБРЕНО

la sedința Senatului USC

Senatului USC

Proces verbal în Procedura № 11

din data de 16.04.2026

Rector/ Ректор [Signature] S. Zaharia

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

pentru ciclul I, studii superioare de licență

для I цикла, лицензиат

Nivelul calificării conform ISCED/CNC

6

Уровень квалификации согласно ISCED/CNC

Domeniului general de studiu

041 Științe economice

Общее направление образования

Экономические науки

Domeniului de formare profesională

0414 Marketing și publicitate

Направление профессиональной подготовки

Маркетинг и реклама

Specialității/Programului

0414.1 Marketing și logistică

Специальность/Программа

Маркетинг и логистика

Numărul total de credite de studiu

180

Общее количество кредитов ECTS

Titlul obținut la finele studiilor

Licențiat în Științe economice

Степень, полученная по окончании обучения

Лицензиат экономических наук

Baza admiterii

Diploma de bacalaureat, diploma de studii profesionale sau un act echivalent de studii

Основа приема

Диплом бакалавра, диплом о среднем профессиональном образовании, или эквивалентный документ

Limba de instruire

Română, Rusă

Язык обучения

Румынский, русский

Forma de organizare a învățământului

Învățămînt cu frecvență redusă

Форма организации образования

заочная форма обучения

Înregistrat:

Зарегистрировано

Agenția Națională de Asigurare a Calității în Educație și Cercetare

Национальное агентство по обеспечению качества в образовании и исследованиях

Nr./№ _____ din/от _____

[Signature]


RESPONSABIL DE PROGRAM

Ответственный за программу

Facultatea de Economie
Экономический факультет

Catedra de Economie
Кафедра Экономики

Proces verbal nr. 3 din 24.10.25

Şef de catedră
Заведующий кафедрой
dr., conf.univ. S. Curaxina, 



APROBAT

Утверждено

Departamentul Managementul Calităţii şi
Procesului de Instruire subdiviziunea responsabilă
pentru managementul calităţii

*Отдел менеджмента качества и учебного
процесса, подразделение, ответственное за
управление качеством*

Proces verbal nr. 5 din 19.10.25

Şef de departament
Начальник департамента
lector univ. Nacioglo, 



Calendarul universitar

Учебный календарь

Anul de studii <i>Учебный год</i>	Termene (date calendaristice exprimate în luni) și durată (număr de săptămâni) <i>Сроки (в месяцах) и длительность (недель)</i>							
	Activități didactice <i>Дидактическая деятельность</i>		Sesiuni de examinare <i>Экзаменационные Сесии</i>		Stagii de practică <i>Практическая стажировка</i>	Vacanțe <i>Каникулы</i>		
	Sem. I	Sem. II	Sem. I	Sem. II		Iarnă <i>зима</i>	Primăvară <i>весна</i>	Vară <i>лето</i>
Anul I 1 курс	octombrie- noiembrie <i>октябрь- ноябрь</i> (2 săptămâni) (2 недели)	martie <i>март</i> (2 săptămâni) (2 недели)	decembrie <i>декабрь</i> (2 săptămână) (2 недели)	iunie <i>июнь</i> (2 săptămână) (2 недели)	Sem II	Ianuarie <i>январь</i> 3 săptămâni 3 недели	Aprilie <i>апрель</i> 1 săptămâni 1 неделя	iulie- august <i>июль-август</i> 10 săptămâni 10 недель
Anul II 2 курс	octombrie- noiembrie <i>октябрь- ноябрь</i> (2 săptămâni) (2 недели)	martie <i>март</i> (2 săptămâni) (2 недели)	decembrie <i>декабрь</i> (2 săptămână) (2 недели)	iunie <i>июнь</i> (2 săptămână) (2 недели)		Ianuarie <i>январь</i> 3 săptămâni 3 недели	Aprilie <i>апрель</i> 1 săptămâni 1 неделя	iulie- august <i>июль-август</i> 10 săptămâni 10 недель
Anul III 3 курс	octombrie- noiembrie <i>октябрь- ноябрь</i> (2 săptămâni) (2 недели)	martie <i>март</i> (2 săptămâni) (2 недели)	decembrie <i>декабрь</i> (2 săptămână) (2 недели)	iunie <i>июнь</i> (2 săptămână) (2 недели)	Sem VI	ianuarie <i>январь</i> 3 săptămâni 3 недели	aprilie <i>апрель</i> 1 săptămâni 1 неделя	
Anul IV 4 курс	octombrie- noiembrie <i>октябрь- ноябрь</i> (2 săptămâni) (2 недели)	martie <i>март</i> (2 săptămâni) (2 недели)	decembrie <i>декабрь</i> (2 săptămână) (2 недели)	Examenе de licența iunie <i>Лицензионные экзамены июнь</i> (2 săptămână) (2 недели)	Sem VIII			



Planul de învățământ pe ani de studii									
Учебный план по годам обучения									
Cod, grad de obligativitate, nr./ord <i>Код, степень обязательности, № п/п</i>	Denumirea unității de curs <i>Название учебного курса</i>	Total ore <i>Общее количество часов</i>			Număr de ore pe tipuri de activități <i>Количество часов по видам деятельности</i>			Forma de evaluare <i>Форма оценки</i>	Nr. Credite <i>Количество кредитов</i>
		Total <i>Всего</i>	Contact direct <i>Контакты</i>	Studiu individual <i>Индивидуальное обучение</i>	C	S	L/P		
Anul I de studii / 1-й курс									
Semestrul I/ 1-й семестр									
F.01.O.01	Matematica economică	120	24	96	8	16		E	4
F.01.O.02	Modul/modulul 1 Bazele teoriei economice <i>1 Основы экономической теории</i> 2 Microeconomie/ 2 Микроэкономика	180 (90/90)	36 (18/18)	144 (72/72)	20 (10/10)	16 (8/8)		E	6
F.01.O.03	Statistica economică <i>Экономическая статистика</i>	120	24	96	14	10		E	4
F.01.O.04	Bazele contabilității <i>Основы бухгалтерского учета</i>	120	24	96	12	12		E	4
G.01.O.05	Limba română de comunicare <i>Румынский язык в общении</i>	120	24	96		24		C	
G.01.O.06	Limba străină în afaceri (engleză, franceză, germană) <i>Иностранный деловой язык (англ., фр., нем.)</i>	120	24	96		24		E	4
G.01.O.07	Etica și cultura profesională <i>Профессиональная этика и культура</i>	60	12	48	8	4		E	2
	Total discipline semestrul I <i>Всего за 1-й семестр</i>	840	168	672	62	106		6E/1C	24
Semestrul II/ 2-й семестр									
F.02.O.08	Macroeconomie <i>Макроэкономика</i>	120	24	96	14	10		E	4
F.02.O.09	Marketing general <i>Основы маркетинга</i>	180	36	144	20	16		E	6
G.02.O.10	Tehnologii de comunicare informațională <i>Информационно-коммуникационные технологии</i>	120	24	96	8	16		E	4
G.02.O.11	Limba și cultura găgăuză (gag.) <i>Язык и культура гагаузов (gag.)</i>	90	18	72		18		E	3
G.02.O.12	Limba română de comunicare <i>Румынский язык в общении</i>	120	24	96		24		C	
U.02.A.13 U.02.A.14 U.02.A.15	Cultura politică și mass media (rom)/ Responsabilitatea socială corporativă (rom) Diversitate culturală și incluziune în mediul de afaceri (rom) <i>Политическая культура и СМИ (рум.) Корпоративная социальная ответственность (рум.) Культурное разнообразие и инклюзивность в деловой среде (рум.)</i>	90	18	72	10	8		E	3
SP.02.O.16	Practica de inițiere în specialitate <i>Ознакомительная практика по специальности</i>	60	42	18				E	2
	Total discipline semestrul II <i>Всего за 2-ой семестр</i>	788	186	594	52	92		6E/1C	22
	Total pe anul I de studii <i>Всего за 1-й курс</i>	1620	354	1266	114	198			46
Anul II de studii / 2-ой курс									
Semestrul III/ 3-й семестр									
F.03.O.17	Economia întreprinderii <i>Экономика предприятий</i>	150	30	120	20	10		E	5

F.03.O.18	Bazele antreprenoriatului <i>Основы предпринимательства</i>	150	30	120	20	10		E	5
S.03.O.19	Logistica <i>Логистика</i>	120	24	96	14	10		E	4
U.03.A.20	Istoria poporului găgăuz (gag) <i>/История гагаузского народа (gag)</i>								
U.03.A.21	Istoria și etnografia poporului găgăuz/ <i>История и этнография гагаузского народа</i>	60	12	48	8	4		E	2
S.03.O.22	Comportamentul consumatorului <i>Потребительское поведение</i>	120	24	96	14	10		E	4
	Total discipline semestrul III <i>Всего за 3-й семестр</i>	600	120	480	76	44		5E	20
Semestrul IV/ 4-й семестр									
F.04.O.23	Management <i>Менеджмент</i>	150	30	120	20	10		E	5
U.04.A.24	Filosofie și logica în economie (rom)								
U.04.A.25	Sociologie (rom)	60						E	2
U.04.A.26	Elemente ale culturii naționale și universale <i>Философия и логика в экономике (рум.)</i> <i>Социология (рум.)</i> <i>Элементы национальной и универсальной культуры</i>		12	48	8	4			
F.04.O.27	Finanțe / <i>Финансы</i>	120	24	96	14	10		E	4
S.04.O.28	Achiziții / <i>Закупки</i>	120	24	96	14	10		E	4
S.04.A.29	Marketing sustenabil <i>Устойчивый маркетинг</i>	90	18	72	10	8		E	3
S.04.A.30	Marketing industrial <i>Промышленный маркетинг</i>								
S.04.O.31	Lidership și managementul resurselor umane (rom) <i>Лидерство и управление человеческими ресурсами (рум)</i>	120	24	96	14	10		E	4
	Total discipline semestrul IV <i>Всего за 4-ый семестр</i>	660	132	528	80	52		6E	22
	Total pe anul II de studii <i>Всего за 2-ой курс</i>	1260	252	1008	156	96		11E	42
Anul III de studii / 3-й курс									
Semestrul V/ 5-ый семестр									
S.05.O.32	Analiza economico-financiară <i>Экономико-финансовый анализ</i>	120	24	96	14	10		E	4
S.05.A.33	Logistica transportului								
S.05.A.34	Logistica serviciilor <i>Логистика услуг</i>	120	24	96	14	10		E	4
S.05.O.35	Managementul comunicării și tehnicilor promoționale <i>Менеджмент коммуникации и промоциональных техник</i>	120	24	96	14	10		E	4
S.05.A.36	Merceologie și expertiza mărfurilor								
S.05.A.37	Tovărowedene și expertiza towarow <i>Товароведение и экспертиза товаров</i>	120	24	96	14	10		E	4
	Negocieri de afaceri în marketing/ <i>Деловые переговоры в маркетинге</i>								
S.05.O.38	Merchandising și forța de vânzare <i>Мерчандайзинг и отдел продаж</i>	120	24	96	14	10		E	4
	Total discipline semestrul V <i>Всего за 5-ый семестр</i>	600	120	480	70	50		5E	20



Semestrul VI/ 6-oi semestr									
S.06.O.39	Marketing strategic <i>Стратегический маркетинг</i>	150	30	120	20	10		E	5
S.06.O.40	Marketingul serviciilor <i>Маркетинг услуг</i>	150	30	120	20	10		E	5
S.06.O.41	Strategii și metode de preț <i>Стратегии и методы ценообразования</i>	150	30	120	20	10		E	5
F.06.O.42	Cercetări de marketing <i>Маркетинговые исследования</i>	150	30	120	20	10		E	5
SP.06.O.43	Practica de specialitate I <i>Практика по специальности I</i>	300	210	90				E	10
	Total discipline semestrul VI <i>Всего за 6-ой семестр</i>	900	330	570	80	40		5E	30
	Total pe anul III de studii <i>Всего за 3-й курс</i>	1500	450	1050	150	90		10E	50
Anul IV de studii/ 4-й курс									
Semestrul VII/ 7-oi semestr									
S.07.O.44	Marketing direct <i>Прямой маркетинг</i>	150	30	120	20	10		E	5
S.07.O.45	Logistica stocurilor <i>Логистика запасов</i>	120	24	96	14	10		E	4
S.07.O.46	Managementul tehnologiilor digitale în marketing <i>Управление цифровыми технологиями в маркетинге</i>	150	30	120	10	20		E	5
U.07.A.47	Integrarea economică a Republicii Moldova în UE (rom,eng)/								
U.07.A.48	Dreptul European (rom / eng) <i>Экономическая интеграция РМ в ЕС (рум /анг.)</i> <i>Европейское право (рум /анг.)</i>	60	12	48	8	4		E	2
S.07.O.49	Proiect de cercetare <i>Исследовательский проект</i>	60	30	30			30	E	2
	Total discipline semestrul VII <i>Всего за 7-ой семестр</i>	540	126	414	52	44	30	5E	18
Semestrul VIII/8-oi semestr									
SP.08.O.50	Practica de specialitate II <i>Практика по специальности II</i>	300	210	90				E	10
SP.08.O.51	Practica de cercetare <i>Исследовательская практика</i>	150		150				E	5
	Examenul de licență <i>Лицензионный экзамен</i>	120		120				E	4
	Teza de licență <i>Дипломная работа</i>	150		150				E	5
	Total discipline semestrul VIII <i>Всего за 7-ой семестр</i>	720	210	510				4E	24
	Total pe anul IV de studii <i>Всего за 4 год обучения</i>	1260	336	924	52	44	30	9E	42
	Total general pe anii de studii <i>Всего за все годы обучения</i>	5640	1392	4248	472	428	30	42E/2	180

C – Curs/ Лекция ; S – Seminar/ Семинар; L – Laborator/ Лабораторные часы; P – Practice/ Практические занятия;
SP – Stagiile de practică/ Практическая стажировка



Stagiile de practică
Практические стажировки

Tipul stagiului de practică Типы практических стажировок	Sem. Сем.	Durată Продолжительность		Perioada de sfășurari Период проведения	Nr. credite ECTS Кол-во кредитов ECTS
		Nr.săpt. Кол-во недель	Nr.ore Кол-во часов		
		SP.02.O.16 Practica de inițiere în specialitate / Ознакомительная практика по специальности	II		
SP.06.O.43 Practica de specialitate I Практика по специальности I	VI	5	300	Mai-Junie Май-июнь	10
SP.08.O.50 Practica de specialitate II Практика по специальности II	VIII	5	300	Martie-Aprilie Март-апрель	10
SP.08.O.51 Practica de cercetare Исследовательская практика	VIII	5	150	Aprilie- Mai Апрель-май	5

Forma de evaluare finală a studiilor
Форма финальной оценки обучения

Nr. crt.	Forma de evaluare finală a studiilor Форма итоговой аттестации обучения	Termene de organizare Сроки организации	Nr.credite ECTS Кол-во кредитов ECTS
2	Teza de licență Дипломная работа	Iunie июнь	5

Unitățile de curs la libera alegere
Факультативные предметы

Cod, grad de obligativitate, nr./ord Код, степень обязательности, № пп	Denumirea unității de curs Наименование учебного курса	Total ore Общее количество часов			tipuri de activități Количество часов по видам деятельности			Forma de evaluare Форма оценки Total Всего	Nr. Credite ECTS Количество кредитов ECTS	Contact direct Контактные часы
		Total Всего	Contact direct Контактные часы	Studiu individual Индивидуальное обучение	C	S	L/P			
Anul I/1-й курс										
S.02.L.52	Excel pentru afaceri Excel для бизнеса	120	60	60	30	30		E	4	
Anul II/ 2-й курс										
S.03.L.53	Managementul conflictelor (în limba engleză) Управление конфликтами (анг.)	120	60	60	30	30		E	4	
G.03.L.54	Limba străină (engleză, franceză, germană) Иностранный язык (анг., фр., нем.)	60	30	30	20	10		E	2	
S.04.L.55	Fiscalitate Налогообложение	60	30	30	20	10		E	2	
Anul III/ 3-й курс										
S.05.L.56	Managementul schimbărilor Управление изменениями	120	60	60	30	30		E	4	
	Total Всего	480	240	240	130	110			16	



**Minimumul curricular inițial pentru absolvenții altor domenii de studii/
Необходимый начальный учебный минимум для выпускников других образовательных направлений
Required minimum initial training for graduates of other educational fields**

Cod, grad de obligativitate, nr./ord/ Код, степень обязательности, № n/n Code, Degree of Compulsoriness No.	Denumirea unității de curs/ Наименование учебного курса/ Course Title	Total ore Общее кол-во часов/ Total hours			Număr de ore pe tipuri de activități/ Кол-во часов по видам деятельности/ Number of hours by type of activity			Forma de evaluare/ Форма оценки/ Form of assessment	Nr. Credite ECTS / Кол-во кредитов ECTS/ Number of ECTS credits
		Total/ Всего	Contact direct/ Контактные часы/ Contact Hours	Studiu individual/ Индивидуальное обучение/ Individual Study	Curs/ Лекционные занятия/ Lectures	Seminar/ Семинар	Laborator/lecții practice/ Лабораторные занятия/ Практические занятия Laboratory Work / Practical		
M.O.01	Microeconomie/ Микроэкономика/ Microeconomics	180	90	90	45	45	E	6	
M.O.02	Marketing/ Маркетинг/ Marketing	180	90	90	46	44	E	6	
M.O.03	Management/ Менеджмент/ Management	150	60	90	30	30	E	5	
M.O.04	Fiscalitatea/ Налогообложение/ Taxation	120	60	60	30	30	E	4	
M.O.05	Bazele contabilității/ Основы бухгалтерского учета/ Fundamentals of Accounting	120	60	60	20	40	E	4	
M.O.06	Finanțe/ Финансы / Finance	150	60	90	30	30	E	5	
	Total/ Всего	900	420	480	201	215		30	

Volumul disciplinei în planul de studii

Объем дисциплины в учебном плане

Funcția în formarea profesională Функция в профессиональном образовании	Denumirea disciplinei Наименование дисциплины	Numărul de credite, % Кол-во кредитов, %
F		52(29%)
G		13 (7%)
U		9 (5%)
S		70(39%)
SP		27 (15%)
	Examen de licență / Лицензионный экзамен Teza de licență / Дипломная работа	5 (5%)
Total/Vсего		180 (100%)



**MATRICEA DE CORELĂRE A COMPETENȚELOR ȘI A REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII DIN
STANDARTUL DE CALIFICARE CU DISCIPLINELE DIN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT**
*МАТРИЦА КОРРЕЛЯЦИИ КОМПЕТЕНЦИЙ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ СТАНДАРТА КВАЛИФИКАЦИИ С
ДИСЦИПЛИНАМИ МОДУЛЯМИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ*

Lista competențelor și a rezultatelor învățării aferente programului de studii <i>Список компетенций и результатов обучения, соответствующих учебной программе</i>	
Competențe generale/profesionale <i>Общие / профессиональные компетенции</i>	Rezultate ale învățării conform nivelului CNC <i>Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC</i> Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate: <i>Выпускник/кандидат на присвоение квалификации может:</i>
CG1. Utilizarea cunoștințelor fundamentale de teorie economică în domeniul de activitate <i>ОПК1 Использование фундаментальных знаний экономической теории в сфере профессиональной деятельности</i>	R1. rezolva probleme întâlnite în diverse contexte profesionale, aplicând principiile, normele și valorile fundamentale ale științei economice; <i>решать задачи, возникающие в различных профессиональных контекстах, применяя принципы, нормы и фундаментальные ценности экономической науки;</i>
CG2. Aplicarea principiilor, teoriilor, metodelor și instrumentelor necesare pentru analiza și desfășurarea activităților economice <i>ОПК2 Применение принципов, теорий, методов и инструментов, необходимых для анализа и осуществления экономической деятельности</i>	R2. evalua factorii mediului intern și extern și impactul asupra funcționării organizației/ramurii/economiei naționale, aplicând măsuri preventive pentru a minimiza riscurile; <i>оценивать факторы внутренней и внешней среды и их влияние на функционирование организации/отрасли/национальной экономики, применяя превентивные меры для минимизации рисков;</i>
CG4. Utilizarea software și a sistemelor de calcul și operare a datelor specifice domeniului de activitate <i>ОПК4 Использование программного обеспечения и вычислительных систем для обработки и работы с данными, специфичными для сферы деятельности</i>	R3. analiza procesele micro și macro economice, identificând instrumentarul de cercetare, în funcție de obiective și obiectul de studiu, utilizând tehnici și instrumente digitale; <i>Анализ микро- и макроэкономических процессов, определение инструментов исследования в зависимости от целей и предмета исследования с использованием цифровых технологий и инструментов;</i>
	R4. 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; <i>проводить маркетинговое исследование на основе релевантных источников и информационных целей с целью интерпретации и прогнозирования текущих и будущих тенденций рынка, используя цифровые методы и инструменты;</i>
	R5. elabora programe și proiecte de orientare spre piață, contribuind la satisfacerea nevoilor consumatorilor; <i>Разрабатывать программы и проекты, ориентированные на рынок, способствуя удовлетворению потребностей потребителей;</i>
	R6. ajusta activitățile operaționale conform intereselor consumatorilor/publicului-țintă, asigurând realizarea proiectelor de orientare spre piață; <i>корректировать операционные действия в соответствии с интересами потребителей целевой аудитории, обеспечивая реализацию рыночно ориентированных проектов;</i>
	R7. aplica prevederile cadrului normativ asociat funcționării eficiente a entității, respectând inclusiv codul deontologic al marketerului, existent la nivel național și internațional; <i>применять положения нормативной базы, обеспечивающей эффективное функционирование организации, соблюдая при этом кодекс этики маркетолога, действующий на национальном и международном уровнях;</i>
CG3. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea datelor, aplicarea indicatorilor, strategiilor și politicilor adecvate domeniului de activitate <i>ОПК3 Сбор, обработка, анализ и интерпретация данных, применение показателей, стратегий и политик, соответствующих сфере деятельности</i>	R8. elabora un plan de activitate în domeniul marketingului, stabilind obiectivele, responsabilitățile, costurile, riscurile; <i>разрабатывать план деятельности в области маркетинга, определяя цели, обязанности, затраты и риски;</i>
CG5. Organizarea activității conform cadrului juridic specific domeniului de activitate <i>ОПК5 Организация деятельности в соответствии с юридическими нормами, специфичными для сферы деятельности</i>	R9. contribui la realizarea politicii de produs, prin instrumentele aferente; <i>Вносить вклад в реализацию продуктовой политики посредством соответствующих инструментов;</i>
	R10. evalua sensibilitatea cererii față de preț, propunând programe de stimulare a vânzărilor și urmărind realizarea conformă a distribuției produselor: transportare, depozitare, stocare, recepție; <i>оценивать чувствительность спроса к цене, предлагать программы стимулирования продаж и контролировать правильность реализации распределения продукции: транспортировка, складирование, приемка;</i>
	R11. aplica instrumentele și tehnicile de promovare adoptate în întreprindere / organizație; <i>применять инструменты и методы продвижения, используемые в предприятии/организации;</i>

CP 1. Realizarea cercetărilor de marketing PK1. <i>Проведение маркетинговых исследований</i>	R12. utiliza tehnici creative pentru identificarea soluțiilor în domeniul marketingului, implicit cu ajutorul competențelor de comunicare și muncă în echipă și cu utilizarea softurilor specializate; <i>Использовать креативные методы для поиска решений в области маркетинга, включая навыки коммуникации и командной работы, а также с применением специализированного программного обеспечения;</i>
CP2. Conceperea și realizarea programelor și a proiecte de orientare spre piață PK2. <i>Разработка и реализация программ и проектов, ориентированных на рынок</i>	R13. identifica instrumentele / modalitățile de implementare a strategiilor, politicilor, planurilor de achiziționare, prin utilizarea sistemelor informatice complexe; <i>определять инструменты/способы реализации стратегий, политик и планов закупок с использованием комплексных информационных систем;</i>
CP3. Realizarea politicii de marketing a întreprinderii PK3. <i>Реализация маркетинговой политики предприятия</i>	R14. identifica instrumentele / modalitățile de monitorizare și ajustare a strategiilor, politicilor și planurilor de stocare și distribuție, prin utilizarea sistemelor informatice complexe; <i>определять инструменты/способы мониторинга и корректировки стратегий, политик и планов по хранению и распределению с использованием комплексных информационных систем;</i>
CP4. Valorificarea potențialului creativ în abordarea problemelor profesionale PK4. <i>Использование творческого потенциала при решении профессиональных задач</i>	R15. 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; <i>разрабатывать стратегию коммуникации в соответствии с установленными целями, включая использование данных с различных сайтов и платформ, способствуя повышению узнаваемости и видимости компаний и брендов на рынке;</i>
CP5. Realizarea activităților de achiziționare PK5. <i>Выполнение закупочной деятельности</i>	R16. identifica instrumentele / modalitățile de implementare și coordonare a campaniilor de comunicare în marketing, consultând diverse rapoarte și soft-uri; <i>определять инструменты и способы реализации и координации маркетинговых коммуникационных кампаний, используя различные отчеты и программное обеспечение;</i>
CP6. Realizarea activităților logistice PK6. <i>Реализация логистической деятельности</i>	R17. elaborează conținuturi publicitare și determină criteriile de validare a acestora; <i>разрабатывать рекламные материалы и определять критерии их оценки/важности;</i>
CP7. Implementarea politicii de comunicare în marketing PK7. <i>Внедрение политики маркетинговых коммуникаций</i>	R18. elaborează media-planuri, bazându-se pe clasamentele de rating generate de softurile specializate în domeniu; <i>разрабатывать медиапланы, основываясь на рейтинговых списках, формируемых специализированным программным обеспечением в данной области;</i>
CP8. Elaborarea conținutului publicitar PK8. <i>Разработка рекламного контента</i>	R19. determină și analizează indicatorii de performanță prin care poate fi evaluat marketingul și logistica; <i>определять и анализировать показатели эффективности, с помощью которых можно оценивать маркетинг и логистику;</i>
CP9. Monitorizarea indicatorilor de performanță în marketing și logistică PK9. <i>Мониторинг показателей эффективности в маркетинге и логистике</i>	R20. prognozează indicatorii de performanță în contextul planificării strategice de marketing; <i>прогнозирование показателей эффективности в контексте стратегического планирования маркетинга;</i>
CP10. Evaluarea performanțelor în marketing și logistică PK 10. <i>Оценка эффективности в маркетинге и логистике</i>	R21. 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. <i>оценивать результаты деятельности в области маркетинга и логистики с целью повышения эффективности работы и увеличения конкурентоспособности предприятия/организации, в том числе с использованием цифровых инструментов для генерации первичных данных и отчетов;</i>





Denumirea disciplinei / Наименование дисциплины		Codul unității de curs / Код учебной дисциплины	Nr. credite de studiu / Количество учебных кредитов	Competențe / Компетенции																				
				Generale / Общие				Profesionale / Профессиональные																
				CG1	CG2	CG4	CG3/CG5	CP1	CP2	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP9	CP10							
				Rezultate ale învățării conform nivelului CNC / Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC																				
Cultura politică și mass media (rom) / Политическая культура и масс-медиа (рум)	U 02.A.13	1	1	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15	R16	R17	R18	R19	R20	R21
Responsabilitatea socială corporativă (rom) / Корпоративная социальная ответственность (рум)	U 02.A.14	1	0.5	0.5																				
Diversitate culturală și incluziune în mediul de afaceri (rom) / Культурное разнообразие и инклюзивность в деловой среде (рум)	U 02.A.15	3	0.5	0.5	0.5										0.5									
Practica de nișiere în specialitate / Специальная практика по специальности	SP 02.O.16	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	0.1	0.1
Economia întreprinderii / Экономика предприятий	F 03.O.17	5	1	1																				
Bazele antreprenoriatului / Основы предпринимательства	F 03.O.18	5	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5
Logistica / Логистика	S 03.O.19	4	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Istoria poporului găgăuz (gag) / История гагаузского народа (гэг)	U 03.A.20	1	1												1									
Istoria și etnografia poporului găgăuz / История и этнография гагаузского народа	U 03.A.21	2	0.5	0.5	1																			
Comportamentul consumatorului / Поведение потребителя	S 03.O.22	4	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	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
Management / Менеджмент	F 04.O.23	5	0.5	0.5																				
Filozofie și artă în economie (rom) / Философия и искусство в экономике (рум)	U 04.A.24	2	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
Sociologie (rom) / Социология (рум)	U 04.A.25	2			0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5

Competențe/Competența

Disciplină / <i>Имя дисциплины</i>	Codul unității de curs / <i>Код учебной дисциплины</i>	Nr. credite de studiu / <i>Количество учебных кредитов</i>	Generale / <i>Общие</i>																				
			CGI/CGS																				
			CP1	CP2	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP9	CP10	CP11	CP12	CP13	CP14	CP15						
			Rezultate ale învățării în conforminvelului CNC / <i>Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC</i>																				
			R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15	R16	R17	R18	R19	R20	R21
Elemente ale culturii naționale și universale / <i>Элементы национальной и мировой культуры</i>	U.04.A.26	4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4						2									
Finance / <i>Финансы</i>	F.04.O.27	4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4							0.3	0.4					0.3	0.3	0.3
Achiziții / <i>Закупки</i>	S.04.O.28	4							0.5	0.35	0.3	0.35	0.5		4							0.5	0.5
Marketing sustenabil / <i>Устойчивый маркетинг</i>	S.04.A.29	3							0.5	0.35	0.3	0.35	0.5									0.5	0.5
Marketing industrial / <i>Промышленный маркетинг</i>	S.04.A.30	4	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25			0.5	0.25	0.25				
Leadership și managementul resurselor umane (rom) / <i>Лидерство и управление человеческими ресурсами</i>	S.04.O.31	4	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.5									
Analiza economico-financiară / <i>Экономико-финансовый анализ</i>	S.05.O.32	4							0.5	0.5	1	1	1								1	1.5	1.5
Logistica temperaturii / <i>Логистика температуры</i>	S.05.A.33	4							0.5	0.5	1	1	1										
Logistica activităților / <i>Логистика деятельности</i>	S.05.A.34	4							0.5	0.5	1	1	1										
Managementul comunicării și relațiilor publice / <i>Менеджмент коммуникации и публичных отношений</i>	S.05.O.35	4	0.2	0.2					0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4			0.2	0.2	0.1	0.2		0.2	0.2
Marketing și expertiza tehnică / <i>Маркетинг и техническая экспертиза</i>	S.05.A.36	4	0.5	0.5																	1	1	1
Specii de afaceri în marketing activitate / <i>Виды предпринимательской деятельности</i>	S.05.A.37	4	0.5						0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5		0.5							
Merchandising și forma de vânzare / <i>Мерчандайзинг и форма продажи</i>	S.05.O.38	4																			1		
Marketing strategic / <i>Стратегический маркетинг</i>	S.06.O.39	5							1	1	1	1	1										



Denumirea disciplinei/Изложение дисциплины	Codul unității de curs Код учебной дисциплины	Nr. credite de studiu Кол-во учеб. кредитов	Competente/Компетенции																					
			Generale/ Общие					Profesionale/ Профессиональные																
			CG1/CG2		CG4		CG3/CG5		CP3		CP4/CP5		CP6											
			CP1	CP2	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP9	CP10												
Rezultate ale învățării conform nivelului CNC/ Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC																								
Marketingul serviciilor Маркетинг услуг	S.06.O.40	5	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15	R16	R17	R18	R19	R20	R21	
									0.5	0.5	I	I												
Strategii și metode de preț Стратегии и методы ценообразования	S.06.O.41	5	I															I						
Strategii și metode de preț Стратегии и методы ценообразования	F.06.O.42	5	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3			0.4	0.4	0.2	0.25	0.2	0.2	0.2
Practica de specialitate I Практика по специальности I	SP.06.O.43	10	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	0.5		0.4	0.5	0.5	0.4	0.5	0.5	0.5
Marketing direct Прямой маркетинг	S.07.O.44	5	I						1	0.5	0.5	I	I											
Logistica stocurilor Логистика запасов	S.07.O.45	4																						
Marketingul serviciilor Маркетинг услуг	S.07.O.46	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			0.2	0.2	0.2	0.5	0.5	0.5	0.5
Integrarea economică a Republicii Moldova în UE (rom.eng) / Экономическая интеграция Республики Молдова в ЕС	U.07.A.47	2	0.2	0.2	0.2	0.2			0.3					0.3	0.2									
Directul European (rom.eng) Европейское право	U.07.A.48		0.1	0.1	0.2	0.2			0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2									
Protocol de cercetare Исследовательский проект	S.07.O.49	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	0.2	0.2
Practica de specialitate II Практика по специальности II	SP.08.O.50	10	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.25
Practica de cercetare Исследовательская практика	SP.08.O.51	5	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Examenul de licență / Лицензионный экзамен		4	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2
Teza de licență / Лицензионная работа		5	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2



NOTA EXPLICATIVĂ

1. Descrierea programului de studii

Profilul specialității Programul de studii — 0414.1 Marketing și logistică corespunde domeniului fundamental al Științei, culturii și tehnicii; domeniului general de studii - 041 Științe economice; domeniului de formare profesională - 0414 Marketing și publicitate.

Programul este elaborat în corespundere cu Codul Educației al Republicii Moldova, Legea nr. 152 / 2014, cu modificările ulterioare; Nomenclatorul domeniilor de studii și al specialităților în învățământul superior, Hotărârea Guvernului nr. 412/2024; Cadrul Național al Calificărilor din Republica Moldova, Hotărârea Guvernului nr. 330/2023; Regulamentul de organizare a studiilor superioare de licență (Ciclul I) și integrate, ordinul MECC nr. 1625/2019; Planul-cadru pentru studii superioare de licență, master și integrate, ordinul MEC nr. 510/2025.

Caracteristicile-cheie ale programului de studii Marketing și publicitate

Durata studiilor — 3 ani la învățământ cu frecvență REDUSĂ

Credite de studiu - 180 credite ECTS, 1 Credit ECTS - 30 ore.

Perioada de studii: 3 ani la învățământ

Limba de studiu rusă

Absolvenții programului de studii 0414.1 Marketing și logistică se certifică prin Diplomă de licență, iar titlul obținut este de Licențiat în Științe economice.

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

- Evaluarea problemelor contemporane, oferind posibilitatea dezvoltării personale, intelectuale și profesionale a studenților pentru activități legate de marketing, în general.
- Identificarea tendințelor și caracteristicilor tehnicilor de marketing, utilizarea metodelor de analiză a pieței de desfacere.
- Oferirea cunoștințelor tehnice și a mijloacelor necesare pentru dezvoltarea și elaborarea proiectelor de marketing în scopul maximizării performanței organizațiilor.
- Analiza și evaluarea problemelor complexe din domeniu, propunând soluții corespunzătoare.

Aceste obiective corespund misiunii Universității de Stat din Comrat și sunt corelate cu documentele strategice instituționale:

Planul Strategic;

Strategia de cercetare și inovare;

Planul strategic instituțional de internaționalizare

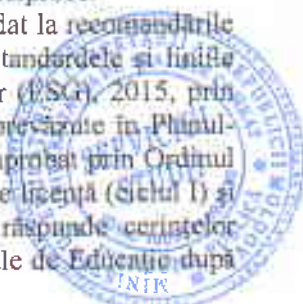
Programul are scopul să formeze personalități integre, proactive și competente profesional, capabile să se autorealizeze în mediul economic local UTA Găgăuzia, Plan național și internațional.

Programul de formare profesională are un caracter tradițional și se regăsește în nomenclatorul specialităților din Republica Moldova și din alte țări. Programul de studii 0414. I Marketing și logistici 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.

3. Racordarea programului de studii a conținuturilor din planul de învățământ la tendințele internaționale din domeniu.

La elaborarea programului de studii s-au luat în considerare bunele practici europene cu referire la conținuturile ofertei educationale s-au valorificat în cadrul programului prin includerea unor unități de conținut în vederea asigurării compatibilității programelor a-mobilizărilor academice reciproce.

Planul de învățământ la programul de studii 0414. I 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 (E.S.E., 2015, prin implementarea componentelor: temporală, formativă, de acumulare și de evaluare prezente în Planul-cadru pentru studii superioare de licență (ciclul I), de master (ciclul II) și integrate, aprobat prin Ordinul MECC nr. 120 din 10.02.2020, 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.

4. Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social

Procesul de consultare la ciclul I are loc în cadrul perfecționării programului de studii, în cadrul organizării practicii de producție de licență (forma acordurilor corespunzătoare), în timpul susținerii examenului de licență (forma participativă). Adicional, consultăm necesitățile angajatorilor în timpul târgurilor locurilor de practică/ lucru. 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.

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

În procesul de elaborare a planului de studii la programul 0414. I Marketing și logistică s-a efectuat: analiza documentelor normative și reglatoare cu referire la procesele educaționale în învățământul superior. La nivel facultate, în cadrul Comisiei de Asigurare a Calității este inclus câte un reprezentant al pieței muncii pentru fiecare domeniu de formare profesională în cadrul ședințelor de lucru al Comisiei sunt discutate conținuturile planului de învățământ, tipurile de sarcini pentru lucrul individual, metodele de petrecere a lecțiilor practice ca corelarea unităților de conținut pentru disciplinele predate și alte subiecte. Au fost analizate fișele de post a următorilor potențiali angajatori: Asociația Agențiilor de Publicitate, Moldtelecom S.A., MAIB S.A., în vederea determinării calificării necesare a unui specialist din domeniul marketingului identificării necesarului de cunoștințe, abilități și competențe ce vor fi asigurate prin realizarea planului de studiu.

6. Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă.

Piețele se schimbă repede, dar și tehnologiile pe care se sprijină acestea, sunt în continuă dezvoltare. Creșterea și diversificarea ofertei, mai ales în domeniul serviciilor de marketing, schimbările în structura demografică, precum apariția unui nou tip de consumator, mai exigent, mai informat, obligă entitățile economice să găsească noi modalități de a atrage clienții și să-i păstreze. În contextul intensificării concurenței globale, entitățile economice au nevoie de: strategii de marketing, comunicare cu publicul, furnizare schimb de valori, menținerea dezvoltarea relațiilor cu clienții, satisfacerea nevoilor consumatorilor, cercetarea pieței, creșterea rețelelor de distribuție, organizarea logisticii mărfurilor și transportului. Gradul de noutate și relevanța prezentului program rezidă în faptul că activitatea de marketing ajută entitățile economice în crearea de valoare prin bună înțelegere a nevoilor clienților și oferindu-le produse și servicii inovatoare.

7. Posibilitățile de angajare a absolvenților.

Absolvenții programului Marketing și logistică sunt pregătiți: să demonstreze abilități cognitive în domeniul marketingului și logisticii, să demonstreze abilități de înțelegere a afacerilor în domeniile activității de marketing; să asigure desfășurarea activităților în conformitate cu cadrul normativ național internațional; să adopte decizii optime în activitatea de marketing și logistică; să comunice eficient rezultatele activității; să elaboreze și să coordoneze realizarea proiectelor din domeniul marketingului, aprovizionării, vânzării; să propună soluții la diverse probleme din domeniul marketingului, aprovizionării, vânzării etc.

În conformitate cu Clasificatorul ocupațiilor din Republica Moldova, absolvenții acestui program pot activa în calitate de:



Programul de studii	Ocupații tipice conform CORM (006-2021)	Ocupații tipice conform ESCO 08
0414.1 Marketing și logistică	243101 Analist/analistă în publicitate și marketing. 243102 Analist/analistă studii de piață 243103 Brand manager de produs 243106 Merchandiser 243107 Planificator/planificatoare media 243108 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 Telemarketolog 243206 Organizator/organizatoare târguri și expoziții 243207 Prezentator/prezentatoare expoziții 243208 Specialist/specialistă în activitatea de lobby 243211 Specialist/specialistă în relații publice 243305 Specialist/specialistă operațiuni comerciale 243306 Specialist/specialistă servicii postvânzare 332301 Administrator/administratoare achiziții 333102 Coordonator/coordonatoare expediții și logistică	2421 Analisti de management și organizare

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

Absolvenții programului de studii, care au obținut titlul - *Licențiat în științe economice* au următoarele oportunități de continuare a studiilor:

- Programe de master – nivelul 7 ISCED în domeniul Studii în marketing;
- Programe de master – nivelul 7 ISCED în alte domenii cu acumularea minimului curricular;

Programe de formare continuă pe tot parcursul vieții.

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

Competențele, deprinderile 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 economice, la programe de masterat din alte domenii de studii după acumularea minimului curricular 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 programe de formare continuă pe tot parcursul vieții, asigurându-se educația dezvoltarea profesională continuă a absolvenților, în concordanță cu nevoile societății manifestate pe piața forței de muncă.

Lista competențe

COMPETENȚE TRANSVERSALE (CT)	CT 1. Dezvoltarea personală și profesională CT 2. Managementul timpului CT 3. Îndeplinirea sarcinilor stabilite în mod autonom și responsabil CT 4. Colaborarea și munca în echipă CT 5. Adaptarea rapidă și eficientă la schimbări/ Agilitate CT 6. Comunicarea eficientă CT 7. Dezvoltarea competențelor 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

La finalizarea programului de studii studentul va putea:

1. aplica principiile, normele și valorile fundamentale ale științei economice în desfășurarea activității profesionale;
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. contribui la realizarea politicii de produs, prin instrumentele aferente;
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. contribui la implementarea instrumentelor și a tehnicilor 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. contribui la implementarea strategiilor, politicilor, planurilor de achiziționare, prin utilizarea sistemelor informatice complexe;
14. contribui la monitorizarea și ajustarea 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. implementa și coordona realizarea campaniilor de comunicare în marketing, consultând diverse rapoarte și soft-uri;
17. elabora conținuturi publicitare, asigurând validarea acestora și plasarea în mass-media;
18. elabora media-planuri, bazându-se pe clasamentele de rating generate de softurile specializate în domeniu, monitorizând realizarea conformă a acestora;
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.



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1. Описание учебной программы.

Профиль специальности Учебная программа — 0414.1 Маркетинг и логистика соответствует фундаментальной области науки, культуры и техники; общей области обучения — 041 Экономические науки; области профессиональной подготовки — 0414 Маркетинг и реклама.

Программа разработана в соответствии с Кодексом образования Республики Молдова, Законом № 152/2014 с последующими изменениями; Номенклатурой областей обучения и специальностей в высшем образовании, Постановлением Правительства № 412/2024; Национальной системе квалификаций Республики Молдова, Постановлением Правительства № 330/2023; Правилами организации высшего образования бакалавриата (цикл I) и интегрированного образования, Приказом МОН № 1625/2019; Рамочный план для высшего образования бакалавриата, магистратуры и интегрированного образования, приказ МОН № 510/2025.

Продолжительность обучения: 4 года при заочной форме обучения

Количество кредитов: 180 кредитов ECTS, 1 кредит ECTS - 30 часов.

Срок обучения: 4 года при заочной форме обучения

Язык обучения: русский

Выпускники программы 0414.1 «Маркетинг и логистика» получают диплом бакалавра и звание бакалавра экономических наук.

2. Цели программы обучения, в том числе их соответствие миссии университета

- Оценка современных проблем, предоставляющая возможность личного, интеллектуального и профессионального развития студентов для деятельности, связанной с маркетингом в целом.
- Выявление тенденций и характеристик маркетинговых техник, использование методов анализа рынка сбыта.
- Предоставление технических знаний и средств, необходимых для разработки и реализации маркетинговых проектов с целью максимизации эффективности организаций.
- Анализ и оценка сложных проблем в данной области, предложение соответствующих решений.

Эти цели соответствуют миссии КГУ и согласуются со стратегическими документами учреждения:

Стратегический план;

Стратегия в области исследований и инноваций;

Стратегический план институциональной интернационализации

Программа профессионального обучения носит традиционный характер и включена в номенклатуру специальностей в Республике Молдова и других странах. Учебная программа 0414.1 Маркетинг и логистика имеет целью подготовку профессиональных и конкурентоспособных специалистов / исследователей в области экономических и административных наук, а также в других подобластях социальных и гуманитарных наук.

Специалисты обучаются для осуществления маркетинговой деятельности на предприятиях, в организациях и государственных учреждениях, посредством создания и реализации маркетинговых программ, направленных на достижение целей организаций, планирования и осуществления логистических операций.

3. Согласование учебной программы с международными тенденциями в данной области.

При разработке учебной программы были учтены передовые европейские практики в отношении содержания образовательных программ, которые были использованы в рамках программы путем включения отдельных модулей с целью обеспечения совместимости программ и взаимной академической мобильности.

Учебный план по программе обучения 0414.1 Маркетинг и логистика привязан к рекомендациям Международной стандартной классификации образования (ISCED), разработанной ЮНЕСКО, Стандартам и руководящим принципам обеспечения качества в Европейском пространстве высшего образования (ESG), 2015, путем внедрения следующих компонентов: вневременной, формативной, накопительной и оценочной, предусмотренных в Рамочном плане для высшего образования бакалавриата (цикл I), магистратуры (цикл II) и интегрированного образования, утвержденном



Приказом МОН № 120 от 10.02.2020, Положения об организации высшего образования бакалавриата (цикл I) и интегрированного образования, утвержденного приказом № 1265 от 12.12.2019. Учебный план соответствует современным требованиям университетского образования и приведен в соответствие с Международными стандартами образования по, которые готовят специалистов в области маркетинга и логистики, давая возможность выпускникам сразу выйти на рынок труда или продолжить обучение по программам магистратуры.

4. Оценка ожиданий экономического и социального сектора

Процесс консультации в цикле I проходит в рамках совершенствования учебной программы, организации производственной практики (форма соответствующих соглашений), во время сдачи экзамена на получение лицензии (форма участия). Кроме того, мы консультируемся с работодателями по поводу их потребностей во время ярмарок практических мест/работы. Многие работодатели приглашаются к участию в практико-научных семинарах, ежегодно организуемых кафедрой маркетинга и логистики, по результатам которых мы можем оценить тенденции в области специализации и внести корректировки в учебный план, а также в содержание учебных дисциплин.

5. Консультации с партнерами в процессе разработки учебной программы

В процессе разработки учебного плана по программе 0414. I Маркетинг и логистика было проведено: анализ нормативных и регулирующих документов, касающихся образовательных процессов в высшем образовании. На уровне факультета в состав Комиссии по обеспечению качества включен по одному представителю рынка труда для каждой области профессиональной подготовки на рабочих заседаниях Комиссии обсуждаются содержание учебного плана, виды заданий для индивидуальной работы, методы проведения практических занятий, а также соотношение содержательных единиц для преподаваемых дисциплин и других предметов. Были проанализированы должностные инструкции следующих потенциальных работодателей: Ассоциация рекламных агентств, Moldtelecom S.A., MAIB S.A., с целью определения необходимой квалификации специалиста в области маркетинга и выявления необходимых знаний, умений и навыков, которые будут обеспечены путем реализации учебного плана.

6. Актуальность учебной программы для рынка труда.

Рынки быстро меняются, но и технологии, на которых они основаны, постоянно развиваются. Рост и диверсификация предложения, особенно в сфере маркетинговых услуг, изменения в демографической структуре, а также появление нового типа потребителя, более требовательного и информированного, заставляют экономические субъекты искать новые способы привлечения и удержания клиентов. В условиях усиления глобальной конкуренции экономические субъекты нуждаются в: маркетинговых стратегиях, коммуникации с общественностью, предоставлении обмена ценностями, поддержании развития отношений с клиентами, удовлетворении потребностей потребителей, исследовании рынка, создании сетей дистрибуции, организации логистики товаров и транспорта. Степень новизны и актуальности данной программы заключается в том, что маркетинговая деятельность помогает экономическим субъектам создавать ценность путем глубокого понимания потребностей клиентов и предоставления им инновационных продуктов и услуг.

7. Возможности трудоустройства выпускников.

Выпускники программы «Маркетинг и логистика» готовы: продемонстрировать когнитивные навыки в области маркетинга логистики, продемонстрировать навыки ведения бизнеса в сфере маркетинговой деятельности; обеспечивать проведение мероприятий в соответствии с национальным и международным нормативным правовым полем; принимать оптимальные решения в сфере маркетинга и логистики; эффективно сообщать о результатах деятельности; разрабатывать и координировать реализацию проектов в сфере маркетинга, снабжения, продаж; предлагать решения различных проблем в области маркетинга, снабжения, продаж и т. д.

В соответствии с Классификатором профессий Республики Молдова, выпускники этой программы могут работать в качестве:



Программа обучения	Типичные профессии согласно CORM (006-2021)	Типичные профессии согласно ESCO 08
0414.1 Маркетинг и логистика	243101 Аналитик в области рекламы и маркетинга, 243102 Аналитик/аналитик рыночных исследований 243103 Бренд-менеджер по продукту 243106 Мерчандайзер 243107 Планировщик/планировщица медиа 243108 Специалист по закупке рекламных площадей 243110 Специалист/специалистка по маркетингу (маркетолог/маркетолог) 243111 Специалист/специалистка по ценам 243112 Специалист/специалистка по рекламе 243113 Специалист/специалистка по сетевому маркетингу 243114 Телемаркетолог 243206 Организатор/организатор ярмарок и выставок 243207 Ведущий/ведущая выставок 243208 Специалист/специалистка по лоббистской деятельности 243211 Специалист по связям с общественностью 243305 Специалист по торговым операциям 243306 Специалист по послепродажному обслуживанию 332301 Администратор/администратор по закупкам 333102 Координатор/координатор отгрузок и логистики	2421 Аналитики по управлению и организации

8. Доступ к обучению для обладателей дипломов, полученных после завершения соответствующей программы обучения.

Выпускники программы de studii, которые получили степень - бакалавра экономических наук имеют следующие возможности для продолжения обучения:

- Магистерские программы - уровень 7 ISCED в области маркетинга;
- Магистерские программы - уровень 7 ISCED в других областях с накоплением минимального учебного плана;

Программы непрерывного образования на протяжении всей жизни.

9. Список компетенций и результатов обучения, соответствующих учебной программе

Компетенции, навыки и знания, приобретенные в ходе обучения в бакалавриате (цикл I/уровень 6 ISCED), могут быть углублены путем продолжения обучения в магистратуре (уровень 7 ISCED) в области экономики, в магистратуре других областей обучения после накопления минимального количества кредитов с учетом положений ст. 90 (6) Кодекса образования Республики Молдова № 152 от 17.07.2014 (накопление не менее 300 учебных кредитов в течение I и II циклов), но программы непрерывного образования на протяжении всей жизни, обеспечивая образование и непрерывное профессиональное развитие выпускников в соответствии с потребностями общества, проявляющимися на рынке труда.

Список компетенций

КОМПЕТЕНЦИИ ТРАНСВЕРСАЛЬНЫЕ (СТ)	КТ 1. Личностное и профессиональное развитие КТ 2. Управление временем КТ 3. Самостоятельное и ответственное выполнение поставленных задач КТ 4. Сотрудничество и работа в команде КТ 5. Быстрая и эффективная адаптация к изменениям/Гибкость КТ 6. Эффективная коммуникация КТ 7. Развитие цифровых компетенций
---	---



ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ОБЩИЕ (отраслевые/межотраслевые) (CG)	CG1. Использование фундаментальных знаний по экономической теории в сфере деятельности CG2. Применение принципов, теорий, методов и инструментов, необходимых для анализа и осуществления экономической деятельности CG3. Сбор, обработка, анализ и интерпретация данных, применение показателей, стратегий и политик, соответствующих сфере деятельности CG4. Использование программного обеспечения и систем вычислений и обработки данных, специфичных для сферы деятельности CG5. Организация деятельности в соответствии с правовой базой, специфичной для сферы деятельности
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ (CP)	CP 1. Проведение маркетинговых исследований CP2. Разработка и реализация программ и проектов, ориентированных на рынок CP3. Реализация маркетинговой политики предприятия CP4. Использование творческого потенциала при решении профессиональных задач CP5. Осуществление закупочной деятельности CP6. Осуществление логистической деятельности CP7. Реализация коммуникационной политики в маркетинге CP8. Разработка рекламного контента CP9. Мониторинг и показатели эффективности в маркетинге и логистике CP10. Оценка эффективности в маркетинге и логистике

Список результатов обучения

По завершении программы обучения студент будет уметь:

1. применять принципы, нормы и фундаментальные ценности экономической науки в профессиональной деятельности;
2. оценивать факторы внутренней и внешней среды и их влияние на функционирование организации/отрасли/национальной экономики, применяя превентивные меры для минимизации рисков;
3. анализировать микро- и макроэкономические процессы, определяя инструментарий исследования в зависимости от целей и предмета исследования, используя цифровые технологии и инструменты;
4. проводить маркетинговые исследования на основе релевантных и объективных источников информации с целью интерпретации и прогнозирования текущих и будущих тенденций рынка, используя цифровые технологии и инструменты;
5. разрабатывать программы и проекты, ориентированные на рынок, способствуя удовлетворению потребностей потребителей;
6. корректировать операционную деятельность в соответствии с интересами потребителей/целевой аудитории, обеспечивая реализацию рыночно-ориентированных проектов;
7. применять положения нормативно-правовой базы, связанные с эффективной деятельностью организации, включая соблюдение кодекса профессиональной этики маркетолога, действующего на национальном и международном уровнях;
8. разработать план деятельности в области маркетинга, установив цели, обязанности, затраты, риски;
9. содействовать реализации продуктовой политики с помощью соответствующих инструментов;
10. оценивать чувствительность спроса к цене, предлагая программы стимулирования продаж и следя за надлежащим осуществлением дистрибуции продуктов: транспортировка, хранение, складирование, приемка;
11. содействовать внедрению инструментов и техник продвижения, принятых в предприятии/организации;
12. использовать творческие методы для поиска решений в области маркетинга, в том числе с помощью навыков коммуникации и работы в команде, а также с использованием специализированного программного обеспечения;
13. содействовать реализации стратегий, политик, планов закупок с помощью сложных информационных систем;
14. участвовать в мониторинге и корректировке стратегий, политик и планов хранения и распределения с помощью сложных информационных систем;



15. разрабатывать коммуникационную стратегию в соответствии с установленными целями, в том числе с использованием данных, генерируемых различными сайтами, платформами, способствуя повышению известности и видимости компаний, брендов на рынке;
16. реализовывать и координировать проведение маркетинговых коммуникационных кампаний, консультируясь с различными отчетами и программным обеспечением;
17. разрабатывать рекламные материалы, обеспечивая их утверждение и размещение в СМИ;
18. разрабатывать медиапланы на основе рейтингов, сгенерированных специализированным программным обеспечением в данной области, контролируя их выполнение;
19. определять и анализировать показатели эффективности, с помощью которых можно оценить маркетинг и логистику;
20. прогнозировать показатели эффективности в контексте стратегического маркетингового планирования;
21. оценивать результаты деятельности в области маркетинга и логистики, чтобы способствовать повышению эффективности деятельности и конкурентоспособности предприятия/организации, в том числе с помощью цифровых инструментов для генерации первичных данных и отчетов.

Inspector superior pentru activitatea didactică



Cara A.

Prorector pentru activitatea didactică



Sult G.

