



**Ministerul Educației, Culturii și Cercetării al
Republicii Moldova
Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți
Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra de științe economice**



**Manualul programului de studii
pentru studenții ciclului I – studii superioare de licență
Specialitatea:
0414.1 Marketing și logistică
(învățământ cu frecvență)**



CUPRINS

I. PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT PENTRU SPECIALITATEA 0414.1 MARKETING ȘI LOGISTICĂ PE ANI DE STUDII	
1.1. ANUL I, SEMESTRUL I.....	4
1.2. ANUL I, SEMESTRUL II.....	4
1.3. ANUL II, SEMESTRUL III.....	5
1.4. ANUL II, SEMESTRUL IV.....	5
1.5. ANUL III, SEMESTRUL V.....	6
1.6. ANUL III, SEMESTRUL VI.....	6
II. NOTĂ EXPLICATIVĂ LA PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT.....	7
2.1. GENERALITĂȚI.....	7
2.2. CONCEPȚIA PREGĂTIRII SPECIALISTULUI.....	7
2.3. STAGIILE DE PRACTICĂ.....	12
2.4. DISCIPLINE FACULTATIVE (LA LIBERA ALEGERE).....	12
III. DESCRIEREA FINALITĂȚILOR DE STUDII ȘI A COMPETENȚELOR.....	13
3.1. COMPETENȚE PROFESIONALE.....	13
3.2. FINALITĂȚILE PROGRAMULUI DE STUDII EXPRIMATE PRIN COMPETENȚELE PROFESIONALE ȘI COMPETENȚELE TRANSVERSALE.....	13
IV. MATRICEA CORELAȚIILOR DINTRE COMPETENȚELE PROFESIONALE ȘI TRANSVERSALE ȘI UNITĂȚILE DE CURS / MODULE INCLUSE ÎN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT.....	16
V. FIȘELE UNITĂȚILOR DE CURS INCLUSE ÎN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT LA SPECIALITATEA 0414.1 MARKETING ȘI LOGISTICĂ.....	18
5.1. DISCIPLINE DE BAZĂ.....	18
FIȘA UNITĂȚII DE CURS LIMBA STRĂINĂ I. LIMBA ENGLEZĂ I.....	18
FIȘA UNITĂȚII DE CURS LIMBA STRĂINĂ I. LIMBA FRANCEZĂ I.....	20
FIȘA UNITĂȚII DE CURS LIMBA STRĂINĂ I. LIMBA GERMANĂ I și II.....	22
FIȘA UNITĂȚII DE CURS TEHNOLOGII INFORMAȚIONALE ȘI COMUNICAȚIONALE.....	24
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MATEMATICA APLICATĂ.....	26
FIȘA UNITĂȚII DE CURS PRINCIPIILE ECONOMIEI DE PIAȚĂ.....	27
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MONEDĂ ȘI CREDIT.....	29
FIȘA UNITĂȚII DE CURS FUNDAMENTELE ȘTIINȚEI MĂRFURILOR.....	31
FIȘA UNITĂȚII DE CURS GEOGRAFIA ECONOMIEI MONDIALE.....	33
FIȘA UNITĂȚII DE CURS EDUCAȚIA FIZICĂ I, EDUCAȚIA FIZICĂ II.....	35
FIȘA UNITĂȚII DE CURS LIMBA STRĂINĂ II. LIMBA ENGLEZĂ II.....	37
FIȘA UNITĂȚII DE CURS LIMBA STRĂINĂ II. LIMBA FRANCEZĂ II.....	39
FIȘA UNITĂȚII DE CURS CIVILIZAȚIE EUROPEANĂ.....	41
FIȘA UNITĂȚII DE CURS CONSTRUCȚIE EUROPEANĂ.....	43
FIȘA MODULULUI: 1. BAZELE STATISTICII. 2. STATISTICA ECONOMICĂ.....	45
FIȘA UNITĂȚII DE CURS TEORIE ECONOMICĂ I.....	47
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MERCEOLOGIE ALIMENTARĂ ȘI SECURITATEA CONSUMATORULUI.....	49
FIȘA UNITĂȚII DE CURS FUNDAMENTELE MANAGEMENTULUI ORGANIZAȚIEI I.....	51
FIȘA UNITĂȚII DE CURS INSTRUMENTE SOFTWARE PENTRU AFACERI.....	53
FIȘA UNITĂȚII DE CURS FILOSOFIA. PROBLEME FILOSOFICE ALE DOMENIULUI.....	54
FIȘA UNITĂȚII DE CURS FILOSOFIA ȘI ISTORIA ȘTIINȚEI.....	55
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MERCEOLOGIE NEALIMENTARĂ ȘI SIGURANȚA UTILIZATORULUI.....	56
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MARKETING.....	58
FIȘA UNITĂȚII DE CURS FINANȚE PUBLICE.....	60
FIȘA UNITĂȚII DE CURS CONTABILITATE.....	62
FIȘA UNITĂȚII DE CURS TEORIE ECONOMICĂ II.....	64



FIȘA UNITĂȚII DE CURS ETICA ȘI CULTURA PROFESIONALĂ.....	66
FIȘA UNITĂȚII DE CURS ANALIZA ACTIVITĂȚII ECONOMICO-FINANCIARE.....	68
FIȘA MODULULUI: 1.MANAGEMENTUL ACTIVITĂȚII PUBLICITARE. 2. COMERȚ INTERNAȚIONAL.....	70
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MARKETINGUL SERVICIILOR.....	73
FIȘA UNITĂȚII DE CURS CERCETĂRI DE MARKETING.....	75
FIȘA UNITĂȚII DE CURS ECONOMIA COMERȚULUI.....	77
FIȘA UNITĂȚII DE CURS BAZELE ACTIVITĂȚII BANCARE.....	79
INDICAȚII METODICE PENTRU REALIZAREA ȘI SUSȚINEREA TEZEI DE AN.....	81
INDICAȚII METODICE PENTRU REALIZAREA STAGIULUI PRACTICII DE PRODUCȚIE I.....	82
FIȘA UNITĂȚII DE CURS ELEMENTE DE DREPT PUBLIC.....	83
FIȘA UNITĂȚII DE CURS ELEMENTE DE DREPT PRIVAT.....	85
FIȘA UNITĂȚII DE CURS LOGISTICA ȘI DISTRIBUIREA MĂRFURILOR.....	87
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MARKETING INTERNAȚIONAL.....	89
FIȘA UNITĂȚII DE CURS STRATEGIA VÂNZĂRILOR.....	91
FIȘA UNITĂȚII DE CURS BAZELE ASIGURĂRILOR ȘI REASIGURĂRILOR.....	93
FIȘA UNITĂȚII DE CURS TRANZACȚII COMERCIALE.....	95
FIȘA UNITĂȚII DE CURS ECONOMIA REGIONALĂ.....	97
FIȘA UNITĂȚII DE CURS COMERȚ ELECTRONIC.....	99
FIȘA UNITĂȚII DE CURS FISCALITATE.....	101
FIȘA UNITĂȚII DE CURS SISTEME DE PLANIFICARE ÎN AFACERI.....	103
INDICAȚII METODICE PENTRU REALIZAREA STAGIULUI PRACTICII DE PRODUCȚIE II.....	105
FIȘA UNITĂȚII DE CURS STANDARTIZARE ȘI CERTIFICAREA MĂRFURILOR.....	106
FIȘA UNITĂȚII DE CURS TEHNICA NEGOCIERILOR.....	108
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MARKETING AGROALIMENTAR.....	110
FIȘA UNITĂȚII DE CURS ECONOMIE MONDIALĂ.....	112
FIȘA UNITĂȚII DE CURS SISTEME ȘI TEHNICI DE MARKETING.....	114
FIȘA UNITĂȚII DE CURS SISTEME INFORMAȚIONALE ÎN MANAGEMENT.....	116
FIȘA UNITĂȚII DE CURS CALCULAREA COSTULUI.....	118
FIȘA UNITĂȚII DE CURS STUDIU DE FEZABILITATE A ÎNTREPRINDERII.....	121
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MANAGEMENT FINANCIAR.....	123
INDICAȚII METODICE PENTRU REALIZAREA STAGIULUI PRACTICII DE CERCETARE ȘI TEZEI DE LICENȚĂ.....	125
5.2. DISCIPLINE FACULTATIVE.....	126
FIȘA UNITĂȚII DE CURS BAZELE CULTURII INFORMAȚIEI.....	126
FIȘA UNITĂȚII DE CURS CULTURA COMUNICĂRII.....	128
FIȘA UNITĂȚII DE CURS SECURITATEA MUNCII. PROTECȚIA CIVILĂ.....	129



I. PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT PENTRU SPECIALITATEA 0414.1 MARKETING ȘI LOGISTICĂ PE ANI DE STUDII

Anul I, semestrul 1 (15 săptămâni de studii)

Cod	Denumirea unității de curs / modulului	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Număr de credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator		
G.01.O.001	Limba engleză / franceză / germană I	120	60	60			60	E	4
G.01.O.002	Tehnologii informaționale și comunicaționale	120	60	60	14		46	E	4
F.01.O.003	Matematica aplicată	180	90	90	30	16	44	E	6
F.01.O.004	Principiile economiei de piață	120	60	60	30	30		E	4
F.01.O.005	Monedă și credit	120	60	60	30	30		E	4
F.01.O.006	Fundamentele științei mărfurilor	120	60	60	30	14	16	E	4
F.01.O.007	Geografia economiei mondiale	120	60	60	30	30		E	4
Total ore:		900	450	450	164	120	166	7	30
					450				
G.01.O.008	Educația fizică I	60	30	30		30		C	

Anul I, semestrul 2 (15 săptămâni de studii)

Cod	Denumirea unității de curs / modulului	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Număr de credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator		
G.02.O.009	Limba engleză / franceză / germană II	120	60	60			60	E	4
U.02.A.010 / U.02.A.011	Civilizație europeană / Construcție europeană	120	60	60	30	30		E	4
F.02.O.012	Modulul Statistica: 1. Bazele statisticii 2. Statistica economică	150	75	75	16 16		14 29	E	5
F.02.O.013	Teorie economică I	150	75	75	30	16	29	E	5
F.02.O.014	Merceologie alimentară și securitatea consumatorului	120	60	60	30		30	E	4
S.02.O.115	Fundamentele managementului organizației I	150	75	75	30	29	16	E	5
F.02.O.016	Instrumente software pentru afaceri	90	45	45			45	E	3
Total ore:		900	450	450	152	75	223	7	30
					450				
G.02.O.017	Educația fizică II	60	30	30		30		C	



Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți
Catedra de științe economice



Anul II, semestrul 3 (15 săptămâni de studii)

Cod	Denumirea unității de curs / modulului	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Număr de credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator		
U.03.A.018 / U.03.A.019	Filosofia. Probleme filosofice ale domeniului / Filosofia și istoria științei	120	60	60	30	30		E	4
S.03.O.120	Merceologie nealimentară și siguranța utilizatorului	150	75	75	30	16	29	E	5
S.03.O.121	Marketing	180	90	90	30	30	30	E	6
F.03.O.022	Finanțe publice	150	75	75	30	29	16	E	5
S.03.O.123	Contabilitate	150	75	75	30	16	29	E	5
F.03.O.024	Teorie economică II	150	75	75	30	16	29	E	5
Total ore:		900	450	450	180	137	133	6	30

Anul II, semestrul 4 (15 săptămâni de studii)

Cod	Denumirea unității de curs / modulului	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Număr de credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator		
G.04.O.025	Etica și cultura profesională	60	30	30	16	14		E	2
F.04.O.026	Analiza activității economico- financiare	150	75	75	30	14	31	E	5
S.04.O.127	Modulul: 1. Managementul activității publicitare 2. Comerț internațional	180	90	90	15	14	16	E	6
					30	15			
S.04.A.128 / S.04.A.129	Marketingul serviciilor / Cercetări de marketing	150	75	75	30	16	29	E	5
S.04.A.130/ S.04.A.131	Economia comerțului / Bazele activității bancare	120	60	60	30	16	14	E	4
S.04.O.132	Teza de an la Marketing și logistică	60		60				E	2
	Practica de producție I (3 săptămâni x 6 ore/zi = 90 ore)	180	90	90				E	6
Total ore:		900	420	480	151	89	90	7	30



Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți
Catedra de științe economice



Anul III, semestrul 5 (15 săptămâni de studii)

Cod	Denumirea unității de curs / modulului	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Număr de credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator		
U.05.A.033 / U.05.A.034	Elemente de drept public / Elemente de drept privat	120	60	60	30	30		E	4
S.05.O.135	Logistica și distribuția mărfurilor	120	60	60	30	30		E	4
S.05.A.136 / S.05.A.137 / S.05.A.138	Marketing internațional / Strategia vânzărilor / Bazele asigurărilor și reasigurărilor	90	45	45	30	15		E	3
S.05.A.139 / S.05.A.140	Tranzacții comerciale / Economia regională	90	45	45	30	15		E	3
S.05.A.141 / S.05.A.142 / S.05.A.143	Comerț electronic / Fiscalitate / Sisteme de planificare în afaceri	120	60	60	30	16	14	E	4
	Practica de producție II (6 săptămâni x 6 ore/zi = 180 ore)	360	180	180				E	12
Total ore:		900	450	450	150	106	14	7	30

Anul III, semestrul 6 (13 săptămâni de studii)

Cod	Denumirea unității de curs / modulului	Total ore			Număr de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Număr de credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	Curs	Seminar	Laborator		
S.06.O.144	Standardizare și certificarea mărfurilor	120	60	60	30	14	16	E	4
S.06.A.145 / S.06.A.146	Tehnica negocierilor / Marketing agroalimentar	90	45	45	30		15	E	3
S.06.A.147 / S.06.A.148	Economie mondială / Sisteme și tehnici de marketing	90	45	45	30	15		E	3
S.06.A.149 / S.06.A.150	Sisteme informaționale în management / Calcularea costului	90	45	45	14		31	E	3
S.06.A.151 / S.06.A.152	Studiu de fezabilitate a întreprinderii / Management financiar	90	45	45	16		29	E	3
	Practica de cercetare	240	120	120				E	14
	Teza de licență (documentare, investigare, cercetare, experimentare, redactare, susținere publică)	180	90	90				E	
Total ore:		900	450	450	120	29	91	7	30
					240				



II. NOTĂ EXPLICATIVĂ LA PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT

2.1. GENERALITĂȚI

Planul de învățământ este documentul reglator de bază care definește obiectivele generale, structura procesului de învățământ, finalitățile și conținutul formării inițiale a unui specialist în marketing și logistică de calificare medie. Planul de învățământ cuprinde:

1. Planul de învățământ propriu zis;
2. Nota explicativă la planul de învățământ.

Planul de învățământ a fost elaborat în conformitate cu cerințele:

(1) Codului educației al Republicii Moldova nr. 152 din 17 iulie 2014 (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2014, nr. 319-324, art. 634);

(2) Nomenclatorului domeniilor de formare profesională și al specialităților în învățământul superior, nr. 482 din 28 iunie 2017;

(3) Regulamentului de organizare a studiilor în învățământul superior în baza Sistemului Național de Credite de Studiu, aprobat prin ordinul Ministerului Educației nr. 1046 din 29 octombrie 2015;

(4) Planului-cadru pentru studii superioare (ciclul I – Licență, ciclul II – Master, studii integrate, ciclul III – Doctorat), aprobat prin ordinul Ministerului Educației nr. 1045 din 29 octombrie 2015;

(5) Cadrului Național al Calificărilor al Republicii Moldova și Cadrului Național al Calificărilor pentru învățământul superior pe domenii de formare profesională, aprobate prin Ordinul Ministerului Educației nr. 934 din 29 decembrie 2010.

La elaborarea planului de învățământ s-a ținut cont de experiența de pregătire a economiștilor la Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului și de experiența de pregătire a specialiștilor de profiluri înrudite la facultățile altor universități.

Studiile se finalizează cu susținerea tezei de licență. Absolvenților programului de studii li se conferă titlul de *Licențiat în Științe Economice*. Titularul diplomei de licență are acces la studiile de masterat și, după finalizarea acestora, la studiile de doctorat.

2.2. CONCEPȚIA PREGĂTIRII SPECIALISTULUI

a. Argumente privind solicitarea specialistului pe piața muncii.

Specialitatea Marketing și logistică este solicitată pe piața muncii, pregătind specialiști ce pot activa în calitate de economist - marketer, specialist în logistică, merceolog, merchandiser, consultant de vânzări, analist comercial, expert în comerț exterior etc.

Solicitarea specialiștilor din acest domeniu derivă din necesitățile societății contemporane în dezvoltarea economiei naționale, în care domeniul de formare profesională 362 Marketing și logistică deține un loc deosebit, direcțiile prioritare de pregătire ale specialiștilor fiind: marketingul industrial, agromarketingul, marketingul social, marketing inovațional, logistica comercială, logistica serviciilor, logistica în comerț exterior și altele.

b. Calificarea specialistului

Absolventul acestei specialități poate activa în calitate de: 122 Conducători în domeniul vânzări și marketing; 242 Specialiști în domeniul administrativ; 243 Specialiști în vânzări, marketing și relații publice; 263 Specialiști în domeniul social și religios (263 1 Economiști);



332 Agenți și brokeri în vânzări și aprovizionare; 333 Agenți de servicii comerciale; 334 Secretari administrativi și specializați; 411 Funcționari cu atribuții generale de birou; 413 Operatori la mașini de scris / calcul; 524 Alți lucrători în domeniul vânzărilor (grupe minore din CORM 006-14 din 03.03.2014 cu modificări ulterioare).

c. Finalitățile formării

În conformitate cu obiectivele Curriculum-ului Național al Republicii Moldova, absolventul specialității Marketing și logistică trebuie să fie un specialist competent, înzestrat cu erudiție și cultură pe măsura provocărilor epocii comunicării generalizate, să fie un patriot și cetățean cu largă deschidere spre valorile general umane, un bun continuator al tradițiilor culturii naționale și universale. Ca specialist cu studii superioare, absolventul trebuie să demonstreze înalte calități morale și civice, să dea dovadă de responsabilitate și spirit creator în abordarea sarcinilor sale.

Standardul de pregătire la specialitatea 0414.1 Marketing și logistică este centrat pe următoarele finalități: cunoștințe de bază în domeniu; capacitate de analiză și sinteză; capacitate de a învăța; capacitate de comunicare (inclusiv utilizând o limbă străină); spirit de inițiativă; capacitate de muncă în echipă; creativitate; capacitate de operare cu tehnologii informaționale; capacitate de adaptare la culturile și obiceiurile altor popoare.

d. Termenul de studii și structura anilor de studii

În corespundere cu cerințele Planului-cadru pentru studii superioare (ciclul I – Licență, ciclul II – Master, studii integrate, ciclul III – Doctorat), aprobat prin ordinul Ministerului Educației nr. 1045 din 29 octombrie 2015, durata studiilor superioare de licență (ciclul I), învățământ cu frecvență la zi este de 3 ani, respectiv 180 credite ECTS.

Anul de studii este divizat în două semestre a câte 15 săptămâni fiecare.

Anul I universitar are următoarea structură:

- semestrul I: 15 săptămâni de activități didactice, 30 ore săptămânal; 4 săptămâni sesiune de examene; 3 săptămâni vacanța de iarnă;

- semestrul II: 15 săptămâni de activități didactice, 30 ore săptămânal; 4 săptămâni sesiune de examene; 1 săptămână vacanța de primăvară, 8 săptămâni vacanța de vară.

Anul II universitar are următoarea structură:

- semestrul III: 15 săptămâni de activități didactice, 30 ore săptămânal; 4 săptămâni sesiune de examene; 3 săptămâni vacanța de iarnă;

- semestrul IV: 15 săptămâni de activități didactice, 30 ore săptămânal; 4 săptămâni sesiune de examene; 1 săptămână vacanța de primăvară, 8 săptămâni vacanța de vară.

Anul III universitar are următoarea structură:

- semestrul V: 15 săptămâni de activități didactice, 30 ore săptămânal; 4 săptămâni sesiune de examene; 3 săptămâni vacanța de iarnă;

- semestrul VI: 13 săptămâni de activități didactice, 34 ore săptămânal; inclusiv practica de cercetare și documentare pentru teza de licență, 3 săptămâni de studiu independent pentru definitivarea și redactarea finală a tezei de licență, 2 săptămâni sesiune de examene; 1 săptămână vacanța de primăvară.

Numărul total de ore de studiu prevăzute în plan – 5400, ceea ce este echivalent cu 180 de credite. Numărul de ore de contact direct – 2670; numărul orelor de lucru independent – 2730.



Componentei de discipline **fundamentale** (F) în plan îi revin 54 de credite ECTS.

Pentru componenta de **formare a abilităților și competențelor generale** (G) planul prevede 14 credite ECTS.

Pentru componenta de **orientare socioumanistică** (U) planul prevede 12 credite ECTS.

Pentru componenta de **orientare spre specialitate** (S) planul prevede 72 de credite ECTS.

e. Specializarea

Planul prevede formarea specialiștilor la specialitatea 0414.1 Marketing și logistică.

f. Tezele de an

În procesul de studii studenții realizează o teză anuală care reprezintă un rezultat cumulativ al activităților de la câteva cursuri, este un produs interdisciplinar și reprezintă o entitate separată în planul de învățământ. Tezei de an în planul de învățământ îi revin 2 credite ECTS.

Teza de an prevede formarea la studenți a capacităților de căutare și analiză critică a informației, expunerii succinte (adnotării) a articolelor științifice de specialitate, analizei stării de lucruri în practica educațională, perfectarea unei bibliografii la o temă. Tematica tezelor de an oferă posibilitatea continuării studiului temei în procesul de realizare a tezei de licență.

Temele tezelor anuale sunt repartizate studenților la sfârșitul semestrului IV, susținerea publică a tezelor de an are loc la sfârșitul semestrului. Tezele de an se susțin cu cel puțin o săptămână până la începerea sesiunii de examene în fața unei comisii constituite din două cadre didactice, numite de către șeful Catedrei de științe economice.

g. Organizarea practicii studenților

Obiectivele practicii de producție sunt axate pe formarea la studenți a competențelor necesare proiectării, organizării, desfășurării eficiente și evaluării în activitatea practică la întreprinderi, firme, bănci și instituții.

Practicile de producție I și II sunt conduse de titularii catedrei de profil și presupun realizarea de către studenți a diverselor sarcini, fiind asistați de conducătorii practicilor din întreprinderi, nemijlocit în cadrul întreprinderilor, firmelor, băncilor și instituțiilor.

Practica de producție I se desfășoară în semestrul 4 (3 săptămâni, de obicei, în lunile martie-aprilie a anului de învățământ respectiv), iar practica de producție II – în semestrul V (6 săptămâni, de obicei, în lunile noiembrie-decembrie a anului de învățământ respectiv) și este organizată de către Catedra de științe economice. Pe parcursul practicii studenții își dezvoltă următoarele competențe: operarea cu fundamentele științifice ale economiei și ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională; elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice; elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor/situațiilor economice; argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete utilizând concepte, teorii și raționamente economice; proiectarea activităților proprii ale specialistului în domeniu, utilizând cunoștințele acumulate în studierea unităților de curs fundamentale și de specialitate; prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. Practica este precedată de o conferință de inițiere și se finalizează cu o conferință de totalizare a practicii.

Practica de licență se realizează pe parcursul semestrului VI câte 8 ore în fiecare săptămână, având 8 credite. Pe parcursul acestei practici studenții se documentează,



investighează, cercetează, efectuează experimente, chestionări etc. pentru elaborarea și redactarea tezei de licență.

h. Evaluarea studenților

Planul de învățământ prevede următoarele tipuri și modalități de evaluare a finalităților de studii:

- evaluarea curentă: testare, eseu, referat, studiu de caz, proiect, raport, prezentări, hărți conceptuale, portofolii, evaluare asistată de calculator etc.

evaluarea finală a unităților de curs / modul: examinare orală, examinare în scris, examinare combinată, eseu, portofolii, proiect, evaluare asistată de calculator etc.

i. Teza de licență

Studiile se finalizează cu susținerea publică a tezei de licență. La susținerea tezei de licență sunt admiși absolvenții care au realizat integral prevederile planului de învățământ și care au susținut cu succes prezentarea preventivă a tezei de licență în fața colectivului Catedrei de științe economice.

Scopul tezei de licență constă în sistematizarea și aprofundarea cunoștințelor teoretice și practice ale studenților, precum și formarea deprinderilor de rezolvare a problemelor de cercetare, în conformitate cu tema tezei de licență și cu sarcinile puse în fața studentului de către conducătorul științific. Teza de licență este o inițiere a viitorului specialist în domeniul activității practice are un caracter de cercetare.

Tematica tezelor de licență este elaborată de Catedra de științe economice și difuzată studenților pe parcursul semestrului IV de studii. Tematica tezelor de licență și conducătorii științifici sunt aprobați la ședința Consiliului Facultății de Științe Reale, Economice și ale Mediului.

Teza de licență este însoțită de avizul conducătorului științific.

Susținerea tezei de licență are loc în mod public la ședința deschisă a Comisiei de Licență.

Conținutul și nivelul tezelor de licență, modalitatea de prezentare a lor, sunt expuse în *Recomandările de realizare a tezelor de licență și de master* în Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți.

j. Creditele

Creditele se alocă pe unități de curs / module și alte activități (stagii de practică, teza de an și teza de licență) care sunt evaluate independent. Un credit se alocă pentru 30 ore de studiu.

Creditele reflectă cantitatea de muncă investită de student pentru însușirea unei unități de curs / modul, sub toate aspectele (prelegeri (curs), seminare, ore practice, lucrări de laborator, studii individuale, stagii de practică, elaborarea proiectelor, susținerea probelor de evaluare). Creditele acordate unei discipline au valori întregi cuprinse între 2 și 6 credite de studiu.

Prin acordarea de credite se certifică faptul că pentru rezultatul obținut la evaluare a fost realizat volumul preconizat de muncă.

k. Actualizarea planului de învățământ

Planul de învățământ pentru specialitatea 0414.1 Marketing și logistică este analizat și actualizat anual. Anual, în luna mai, se organizează chestionarea studenților și absolvenților programului în vederea determinării punctelor tari și ale celor slabe ale programului. Responsabilul de program monitorizează administrarea chestionarelor. În acest scop sunt



Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți
Catedra de științe economice



elaborate chestionare pentru studenții de la ciclul licență și pentru cei care își fac studiile la masterat și pot să-și exprime deja părerea în baza unei experiențe de lucru (chestionarea se face online asigurându-se anonimatul respondenților). De asemenea, cu susținerea direcțiilor de învățământ din țară, se face un apel către managerii întreprinderilor, firmelor, băncilor și instituțiilor pentru a se pronunța referitor la calitatea tinerilor specialiști, absolvenți ai programului, cât și referitor la curricula programului de studii. Managerilor întreprinderilor, firmelor, băncilor și instituțiilor, prin email, li se transmite planul de învățământ actual și li se comunică adresa electronică a chestionarelor și perioada activă a lor pentru a fi completate.

Annual Catedra organizează mese rotunde, dezbateri și, în procesul cărora se vor discuta problemele actuale ce țin de unitățile de curs și alte componente ale planului de învățământ al programului de studii 0414.1 Marketing și logistică.

În urma analizei chestionarelor și în rezultatul propunerilor înaintate de către practicieni și managerii întreprinderilor, firmelor, băncilor și instituțiilor, precum și a celor înaintate de cadrele didactice implicate în acest program de studii, se actualizează planul de învățământ, introducându-se cursuri opționale / module de studii noi, se revede numărul de credite ECTS la discipline și repartizarea lor pe semestre.

Modificarea planului de învățământ se realizează la Catedra de științe economice și se aprobă de consiliul facultății. Revizuirea / actualizarea planurilor de învățământ este validată de Senatul USARB și prezentată, o dată la 5 ani, spre coordonare, Ministerului Educației, Culturii și Cercetării al Republicii Moldova.



2.3. STAGIILE DE PRACTICĂ

Nr. crt.	Stagiile de practică	Semestrul	Durata nr. săpt. / ore	Perioada	Număr de credite
1.	Practica de producție I	IV	3 / 180	20.03.2017 – 08.04.2017	6
2.	Practica de producție II	V	6 / 360	29.10.2018 – 07.12.2018	12
	TOTAL				18
Teza de licență					
1.	Teza de licență (practica de cercetare, documentare, investigare, cercetare, experimentare, redactare, susținere publică)	VIII	3 / 180	27.05.2019 – 15.06.2019	14

2.4. DISCIPLINE FACULTATIVE (LA LIBERA ALEGERE)

Nr. crt.	Denumirea unității de curs	Anul	Semestrul	Total ore			Numărul de ore pe tipuri de activități			Forma de evaluare	Număr de credite
				Total	Contact direct	Studiu individual	C	S	L		
1.	Bazele culturii informației	I	1	30	15	15		15		C	1
2.	Cultura comunicării	I	1	60	30	30		30		C	2
3.	Securitatea muncii. Protecția civilă	I	2	30	15	15	15			C	1
4.	Limba engleză aprofundată I	II	3	120	60	60			60	E	4
5.	Limba engleză aprofundată II	II	3	120	60	60			60	E	4
6.	Curs practic de rezolvare a problemelor la Marketing	II	3	60	30	30			30	E	2
7.	Curs practic de analiză economică	II	4	90	45	45			45	E	3
8.	Limba engleză aprofundată III	II	4	120	60	60			60	E	4
9.	Managementul schimbării	III	5	120	60	60	30		30	E	4
10.	Curs practic de rezolvare a problemelor la Logistică	III	5	90	45	45			45	E	3
11.	Managementul proiectelor	III	6	120	60	60	30		30	E	4
12.	Limba engleză aprofundată IV	III	6	120	60	60			60	E	4



III. DESCRIEREA FINALITĂȚILOR DE STUDII ȘI A COMPETENȚELOR

3.1. COMPETENȚE PROFESIONALE ȘI TRANSVERSALE

Competențe profesionale:

CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională.

CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice.

CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice.

CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice.

CP5. Proiectarea activităților proprii ale specialistului în domeniu, utilizând cunoștințele acumulate în studierea unităților de curs fundamentale și de specialitate.

CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor.

Competențe transversale:

CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională.

CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipă.

CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.

3.2. FINALITĂȚILE PROGRAMULUI DE STUDII EXPRIMATE PRIN COMPETENȚELE PROFESIONALE ȘI COMPETENȚELE TRANSVERSALE

Competențe profesionale	CP1 Operarea cu fundamentele științifice ale economiei și ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională	CP2 Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice	CP3 Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice	CP4 Argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete utilizând concepte, teorii și raționamente economice	CP5 Proiectarea activităților proprii ale specialistului în domeniu, utilizând cunoștințele acumulate în studierea unităților de curs fundamentale și de specialitate	CP6 Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor
CUNOȘTINȚE						
1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională	CP1.1 Identificarea și utilizarea conceptelor, principiilor, teoriilor și metodelor de bază din economie, marketing și logistică în activitatea profesională practică	CP2.1 Identificarea tipurilor de situații economice, a structurii lor și a modelelor decizionale pentru descrierea unor fenomene și procese practice pe piață	CP3.1 Descrierea etapelor de proiectare, elaborare și analiză a operațiilor / situațiilor economice pe piață	CP4.1 Descrierea teoriilor, metodelor și principiilor fundamentale ale raționamentelor economice	CP5.1 Definirea conceptelor, teoriilor, metodelor și principiilor de bază caracteristice activităților practice de marketing și logistică a proceselor economice	CP6.1 Definirea conceptelor, teoriilor, metodelor și principiilor de bază privind colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației necesare activității profesionale



2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului	CP1.2 Utilizarea cunoștințelor de bază din disciplinele fundamentale pentru explicarea detaliată și interpretarea rezultatelor teoretice, fenomenelor sau proceselor în contexte profesionale variate	CP2.2 Explicarea și interpretarea modelelor folosite pentru rezolvarea unor situații-problemă concrete asociate domeniului profesional	CP3.2 Utilizarea cunoștințelor de bază din economie și marketing și logistică pentru explicarea și interpretarea unor operații / situații specifice domeniului profesional	CP4.2 Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea diferitelor tipuri de raționamente economico-manageriale pentru argumentarea deciziilor de marketing și logistică	CP5.2 Utilizarea cunoștințelor acumulate la studierea unităților de curs fundamentale și de specialitate pentru explicarea și interpretarea activităților de marketing și logistică specifice proceselor organizaționale	CP6.2 Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea datelor pentru probleme care apar în planificarea și gestionarea resurselor în domeniul profesional
ABILITĂȚI						
3. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme / situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată	CP1.3 Aplicarea cunoștințelor din domeniul economiei, marketingului și logisticii tipice proceselor organizaționale	CP2.3 Aplicarea de principii și metode din științele fundamentale pentru elaborarea modelelor unor situații-problemă concrete asociate domeniului profesional	CP3.3 Aplicarea de principii și metode de bază din economie, marketing și logistică pentru proiectarea și elaborarea unor decizii specifice domeniului profesional	CP4.3 Aplicarea de principii și metode de bază pentru adoptarea deciziilor tactice în condiții de asistență calificată	CP5.3 Aplicarea principiilor și a metodelor de marketing și logistică de bază pentru proiectarea activităților organizaționale	CP6.3 Aplicarea de principii și metode de bază pentru prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor, în condiții de asistență calificată
4. Utilizarea adecvată de criterii și metode-standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii	CP1.4 Utilizarea adecvată de criterii și metode-standard de evaluare, din disciplinele fundamentale, pentru recunoașterea principalelor clase / tipuri de probleme de marketing și logistică și selectarea metodelor și tehnicilor adecvate de rezolvare a lor	CP2.4 Utilizarea adecvată de criterii și metode-standard de evaluare, din științele fundamentale, pentru identificarea și modelarea, analiza și aprecierea calitativă și cantitativă a aspectelor, fenomenelor și parametrilor definitorii, precum și culegerea de date, prelucrarea și interpretarea rezultatelor unor fenomene și procese practice	CP3.4 Utilizarea adecvată de criterii și metode-standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, avantajele și limitele deciziilor pentru rezolvarea problemelor	CP4.4 Utilizarea adecvată de criterii și metode-standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, avantajele și limitele alternativelor decizionale	CP5.4 Utilizarea adecvată de criterii și metode-standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, avantajele și limitele activităților practice elaborate	CP6.4 Utilizarea adecvată de criterii și metode-standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, avantajele și limitele metodelor de planificare, gestionare a resurselor de marketing și logistică
5. Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu	CP1.5 Elaborarea de modele și proiecte specifice economiei, marketingului și logisticii pe baza identificării / selectării / utilizării principiilor, metodelor recomandate și a soluțiilor consacrate din disciplinele fundamentale	CP2.5 Elaborarea de proiecte profesionale specifice activității profesionale pe baza selectării, combinării și utilizării cunoștințelor, principiilor și metodelor din științele fundamentale și de specialitate	CP3.5 Elaborarea de proiecte profesionale specifice domeniului de activitate, pe baza selectării, combinării și utilizării de principii, metode, tehnologii digitale, sisteme informatice și instrumente software în domeniu	CP4.5 Elaborarea de proiecte profesionale ce presupun efectuarea formulării alternativelor decizionale utilizând principii și metode consacrate în domeniu	CP5.5 Elaborarea diferitelor tipuri de activități manageriale, folosind principii și metode consacrate, caracteristice activității de marketing și logistică	CP6.5 Asigurarea calității proiectelor profesionale prin elaborarea acestora cu utilizarea principiilor și metodelor consacrate de prelucrare, analiză și interpretare a datelor / informațiilor



Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți
Catedra de științe economice



Standarde minimale de performanță pentru evaluarea competenței:	Definirea noțiunilor, enunțarea rezultatelor teoretice fundamentale și aplicarea acestora în rezolvarea de situații tipice activității profesionale	Rezolvarea corectă a unor situații de complexitate medie care necesită elaborarea unui model tipic unui fenomen sau proces de marketing și logistică	Proiectarea, elaborarea și analiza situațiilor / operațiilor profesionale tipice	Elaborarea alternativelor decizionale prin raționamente tipice marketingului și logisticii, concepte și teorii	Proiectarea activităților de marketing și logistică de soluționare a situațiilor / operațiilor specifice domeniului profesional	Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor prin utilizarea unor sisteme de indicatori tipici domeniului
--	---	--	--	--	---	--

Descriptori de nivel ai competențelor transversale	Competențe transversale	Standarde minimale de performanță pentru evaluarea competenței
6. Executarea responsabilă a sarcinilor profesionale, în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată	CT1 Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională.	Realizarea proiectelor planificate de unitățile de curs, a proiectelor anuale, și a tezei de licență cu utilizarea corectă a surselor bibliografice, a normativelor / standardelor și a metodelor specifice în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată, precum și susținerea rezultativă a acestora
7. Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate	CT2 Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipă	Realizarea în grup a unor lucrări sau proiecte de complexitate medie cu identificarea și descrierea corespunzătoare a rolurilor profesionale în echipă, precum și respectarea regulilor de muncă în echipă
8. Conștientizarea nevoii de formare continuă; utilizarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare, pentru dezvoltarea personală și profesională	CT3 Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală	Identificarea necesității de formare profesională în procesul autoanalizei propriei activități de dezvoltare profesională cu utilizarea adecvată a resurselor comunicaționale și formare profesională (Internet, e-mail, programe computerizate, baze de date, cursuri cu frecvență sau on-line etc.)



**IV. MATRICEA CORELAȚIILOR DINTRE COMPETENȚELE PROFESIONALE ȘI
TRANSVERSELE ȘI UNITĂȚILE DE CURS / MODULE INCLUSE
ÎN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT**

Codul	Unitatea de curs	Sem.	Nr. credite	Competențe profesionale						Competențe transversale		
				CP1	CP2	CP3	CP4	CP5	CP6	CT1	CT2	CT3
G.01.O.001	Limba engleză / franceză / germană I	I	4	+				+			+	+
G.01.O.002	Tehnologii informaționale și comunicaționale	I	4		+	+			+	+		+
F.01.O.003	Matematica aplicată	I	6			+	+		+		+	+
F.01.O.004	Principiile economiei de piață	I	4	+			+		+			+
F.01.O.005	Monedă și credit	I	4	+			+		+			+
F.01.O.006	Fundamentele științei mărfurilor	I	4	+			+		+			+
F.01.O.007	Geografia economiei mondiale	I	4			+	+			+	+	
G.02.O.009	Limba engleză / franceză / germană II	II	4	+				+			+	+
U.02.A.010 / U.02.A.011	Civilizație europeană / Construcție europeană	II	4	+		+				+	+	+
F.02.O.012	Modulul Statistica: 1. Bazele statisticii 2. Statistica economică	II	5	+	+	+	+		+			
F.02.O.013	Teorie economică I	II	5	+	+		+		+			+
F.02.O.014	Merceologie alimentară și securitatea consumatorului	II	4		+		+				+	+
S.02.O.115	Fundamentele managementului organizației I	II	5	+	+		+			+	+	+
F.02.O.016	Instrumente software pentru afaceri	II	3		+	+			+	+		+
U.03.A.018 / U.03.A.019	Filosofia. Probleme filosofice ale domeniului/ Filosofia și istoria științei	III	4	+		+				+	+	+
S.03.O.120	Merceologie nealimentară și siguranța utilizatorului	III	5		+	+	+				+	+
S.03.O.121	Marketing	III	6		+	+	+		+		+	+
F.03.O.022	Finanțe publice	III	5	+	+	+	+		+			+
S.03.O.123	Contabilitate	III	5			+	+	+			+	+
F.03.O.024	Teorie economică II	III	5	+	+		+		+			+
G.04.O.025	Etica și cultura profesională	IV	2	+		+				+	+	+
F.04.O.026	Analiza activității economico-financiare	IV	5		+	+			+		+	



S.04.O.127	Modulul: 1. Managementul activității publicitare 2. Comerț internațional	IV	6	+	+	+			+	+		+
S.04.A.128 / S.04.A.129	Marketingul serviciilor/ Cercetări de marketing	IV	5	+	+	+	+	+	+	+	+	+
S.04.A.130 / S.04.A.131	Economie comerțului / Bazele activității bancare	IV	4	+	+	+	+					+
S.04.O.132	Teza de an la Marketing și logistică	IV	2		+	+	+	+	+		+	+
U.05.A.033 / U.05.A.034	Elemente de drept public/ Elemente de drept privat	V	4	+		+				+	+	+
S.05.O.135	Logistica și distribuirea mărfurilor	V	4	+	+	+			+	+		+
S.05.A.136 / S.05.A.137 / S.05.A.138	Marketing internațional / Strategia vânzărilor / Bazele asigurărilor și reasigurărilor	V	3		+	+						+
S.05.A.139 / S.05.A.140	Tranzacții comerciale /Economia regională	V	3		+	+					+	+
S.05.A.141 / S.05.A.142 / S.05.A.143	Comerț electronic / Fiscalitate / Sisteme de planificare în afaceri	V	4	+		+	+				+	+
S.06.O.144	Standardizarea și certificarea mărfurilor	VI	4			+	+		+	+		+
S.06.A.145 / S.06.A.146	Tehnica negocierilor / Marketing agroalimentar	VI	3		+	+						+
S.06.A.147 / S.06.A.148	Economie mondială / Sisteme și tehnici de marketing	VI	3	+	+						+	
S.06.A.149 / S.06.A.150	Sisteme informaționale în management / Calcularea costului	VI	3		+	+	+			+		+
S.06.A.151 / S.06.A.152	Studiu de fezabilitate a întreprinderii / Management financiar	VI	3		+	+			+	+		+



**V. FIȘELE UNITĂȚILOR DE CURS INCLUSE ÎN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT LA
SPECIALITATEA 0414.1 MARKETING ȘI LOGISTICĂ**

5.1. DISCIPLINE DE BAZĂ

**FIȘA UNITĂȚII DE CURS
LIMBA STRĂINĂ I. LIMBA ENGLEZĂ I**

DENUMIREA DISCIPLINEI					LIMBA ENGLEZĂ I				COD: G.01.O.001		
ANUL DE STUDIU		1			SEMESTRUL	1	STATUTUL DISCIPLINEI (GENERALĂ, OBLIGATORIE)			G	
NUMĂRUL ORELOR PE SAPTĂMÂNĂ					TOTAL ORE SEMESTRU	TOTAL ORE ACTIVITATE INDIVIDUALĂ	NUMĂR DE CREDITE	TIPUL DE EVALUARE (M-mixt)		LIMBA DE PREDARE	
C	S	L	Pr		120	60	4	Examen oral		Engl.	
		4									
TITULARUL DISCIPLINEI					GRADUL DIDACTIC ȘI ȘTIINȚIFIC, PRENUMELE, NUMELE				CATEDRA		
					LECT. UNIV. BANARU NATALIA				Filologie engleză și germană		
COMPETENȚE PREALABILE					cunoașterea sunetelor și alfabetului limbii engleze, regulile de citire și transcripția cuvintelor ; deprinderi de lectură; deprinderi de scris; înțelegerea structurilor gramaticale de bază.						
COMPETENȚE DEZVOLTATE ÎN CADRUL CURSULUI					CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP5. Proiectarea activităților proprii ale specialistului în domeniu, utilizând cunoștințele acumulate în studierea unităților de curs fundamentale și de specialitate. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.						
FINALITĂȚILE CURSULUI					• să articuleze corect discursul produs, conform regulilor de pronunție și intonație a limbii engleze; • să utilizeze structurile gramaticale și lexicale conform situației respective; • să întrețină un dialog sau un mini discurs pentru a oferi informații personale, referitor la familia, prietenii, casa sa; • să folosească formule sociale de comunicare pentru a face o propunere sau o ofertă.						
TEMATICA DISCIPLINEI PE TEME					Denumirea temelor Aspect lexical						
1.					Greeting and meeting people						
2.					People I care for						
3.					Places to live						
4.					My day						
5.					House hold duties						
6.					Pastime activities						
					Aspect Gramatical						
1.					Verb “to be”, questions and negatives, Short answers, possessive adjectives, plurals						



Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți
Catedra de științe economice



2.	Present Simple tense. Types of questions	
3.	Pronouns (personal, possessive, objective, reflexive)	
4.	<i>There is/ are, how many?</i> prepositions of place, <i>some</i> and <i>any, this/that/these/those</i>	
5.	Modal verbs: Can/ can't, may, must	
6.	The Present Continuous Tense	
7.	The plural of nouns. Countable uncountable nouns	
8.	The Future Simple Tense	
9.	Degrees of comparison of the adjectives	
TOTAL	60 ore	
METODE DE PREDARE	Curs interactiv; expunere liberă; prezentări PPT; scriere de scrisori eseie, paragrafe; exerciții gramaticale; dialoguri	
EVALUARE	examen E	40% evaluare
	condiții	60% evaluare pe parcursul seminarelor și lucrărilor practice
	formula notei finale	60% media reușitei curente + 40% nota de la examen
BIBLIOGRAFIE	<i>Bibliografie recomandată</i> - EVANS, V., DOOLEY, J. <i>Enterprise1</i>. Express Publishing, 2000. - SOARS, L., SOARS, J. <i>New Headway. Elementary</i>. Oxford: Oxford University Press, 2000. - THOMSON, A. J., MARTINEL, A. V. <i>A Practical English Grammar</i>. Oxford: Oxford University Press, 1998. <i>Dicționare</i> - BANTOȘ, A. <i>Dictionar Englez - Român</i>. București. 1990. - BANTOȘ, A. <i>Dictionar Român - Englez</i>. București. 1990 - Oxford Learner's Advanced Dictionary of Current English. OxfordUniversityPress. 1990 - The New International Webster Standard Thesaurus. Trident Reference Publishing 2006 Edition	



FIȘA UNITĂȚII DE CURS LIMBA STRĂINĂ I. LIMBA FRANCEZĂ I

Codul cursului în programul de studii: G.01.O.001
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Litere/Limba română și filologie romanică
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul I, semestrul I
Titular de curs: Niculica Oxana, lector universitar
Descriere succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii. Scopul esențial al acestei discipline este de a-i ajuta pe studenți sa-și formeze competențe de comunicare în limba franceză, pentru a fi apti să întrețină conversații pe subiecte legate de domeniul de specializare. Dezvoltarea competențelor comunicative în domeniul psihologiei și cunoașterea actelor de comunicare specifice acestuia sînt obiective fidel urmărite de profesor în predarea limbilor moderne. Disciplina limba franceză I are ca scop familiarizarea studentului cu normele de bază de comunicare orală și scrisă în limba franceză; pregătirea studenților să corespundă standardelor internaționale corespunzătoare nivelului B1. Cursul dat pune accent pe aptitudinea de a citi, a audia texte specializate în limba franceză însoțite de seturi de exerciții lexicale, de pronunție și gramaticale pentru a dezvolta abilitățile de exprimare orală și scrisă. La finele cursului studentul va fi capabil de a alcătui un text organizat, de a utiliza vocabularul studiat în situații care țin de domeniul de specializare și de a utiliza corect timpurile și structurile gramaticale elementare.
Pre-rechizite: Cunoașterea limbii franceze la nivel A2 CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP5. Proiectarea activităților proprii ale specialistului în domeniu, utilizând cunoștințele acumulate în studierea unităților de curs fundamentale și de specialitate. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: - Înțelegerea conținutului unui text de specialitate - Recunoașterea structurilor gramaticale și lexicale ale unui text din domeniul economiei în limba franceză - Identificarea organizării corecte a unui text din domeniul științelor economice în limba franceză - Formularea corectă a întrebărilor pentru a extrage informația necesară - Transformarea vorbirii dialogate în monolog - Aplicarea regulilor de citire - Aplicarea vocabularului achiziționat în situații de comunicare ce țin de domeniul economic - Folosirea corectă a structurilor gramaticale în context educațional - Generalizarea informației percepute din texte din domeniul științelor educației - Redarea conținutului succint al unui text educațional, respectînd normele gramaticale și ortografice - Producerea noilor unități, aplicînd vocabularul și structurile gramaticale studiate specifice domeniului economic.
Teme de bază: Les déterminatifs: l'article défini, indéfini, contracté; l'adjectif possessif, démonstratif, interrogatif, exclamatif; Le verbe: présent de l'indicatif (1, 2, 3 gr.) formes affirmative, négative, interrogative; Le féminin des noms et des adjectifs. Le pluriel des noms et des adjectifs; Le passé composé, le futur simple, le futur et le passé immédiat; Concordance des temps de l'indicatif (plan du présent); L'imparfait et plus-que-parfait (formation et emploi), Le futur dans le passé; Le passé simple (formation et emploi); La concordance des temps de l'indicatif (plan du passé); Pronoms relatifs simples; Pronoms en, y
Strategii de predare-învățare: explicația, conversația, dialogul; exercițiul, analiza, descoperirea, învățarea prin cooperare, problematizarea, cercetarea individuală
Strategii de evaluare: Teste lexico-gramaticale, examen oral.



Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminare și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: ,
unde Nf – nota finală; Nc – nota reușitei curente; Ne – nota de la examen.

Resurse disponibile: 1. Essential Grammar in Use. Elementary. Raymond Murphy. Cambridge University Press, 2008

Bibliografie

Obligatorie:

1. BOTNARU, R. *Cours pratique de grammaire française*. Chișinău: 2000 ???
2. POPOVA, I. , KAZACOVA, G. *Cours pratique de grammaire française* ???
3. POPOVA, I. , KAZACOVA, G. *Manuel de français* ???

Opțională:

1. DHOTEL, A. *Les lumières de la forêt*
2. DOMINIQUE, Ph., GIRARDET, J. *Le nouveau sans frontières*, niveau 1, „Livre d’élève”, „Cahier d’exercices”. Paris: Clé International, 1993
3. FAURE, A. Di Cristo, *Le Français par le dialogue*.
4. GORUNESCU, E., *Limba franceză pentru admiterea în învățământul superior*. București: 1993.
5. SEMPÉ, J. J., GOSCINI, R. *Le Petit Nicolas* ???



FIȘA UNITĂȚII DE CURS
LIMBA STRĂINĂ I. LIMBA GERMANĂ I și II

Nivelul calificării	Nivelul 6 ISCED
Domeniul general de studiu	041 Științe economice
Domeniul de formare profesională	0414 Marketing și logistică
Specialitatea	0414.1 Marketing și logistică
Denumirea modului/disciplinei: Limba germană I și II	
Codul cursului în programul de studii: G.01.O.001/G.02.O.009	
Domeniul științific la care se referă cursul:	
Facultatea/catedra responsabilă de curs: Facultatea de Litere Catedra de filologie engleză și germană	
Statutul: disciplină obligatorie	
Număr de credite CTS: 4 / 4	
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul I, sem 1,2	
Titular de curs: Tatiana Șcerbacova, lect., univ.	
Descrierea succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii Cursul <i>practic de limbă germană</i> are ca scop familiarizarea studentului la nivel începător cu normele de bază de comunicare scrisă și orală în limba engleză. Cursul face parte din setul de discipline obligatorii și este o condiție esențială pentru urmarea traseului de discipline la specialitatea <i>Marketing și logistică</i> . Scopul cursului este de a pregăti studenții să corespundă standardelor internaționale corespunzătoare nivelului A1 – A2. Cursul dat pune accent pe aptitudinea de a citi, a asculta, a vorbi, a scrie. Conform standardelor internaționale, vorbitorul de limbă la nivelul A1 poate percepe și poate produce scris și oral tipuri simple de texte și să îndeplinească următoarele funcții: să completeze formulare, să scrie scrisori standard, să întrețină corespondență personală (mesaje, texte, email); să scrie mesaje ce țin de viața de zi cu zi (liste, scurte notițe); să descrie evenimente, planuri și activități, să ofere sugestii și să-și exprime preferințele, să-și descrie familia și condițiile de trai, să relateze experiențe personale. Cursul se bazează pe studierea textelor autentice germane, însoțite de seturi de exerciții lexicale, de pronunție și gramaticale pentru a dezvolta abilitățile necesare de: scriere/ vorbire corectă și fluentă, relatarea unui eveniment, expunerea opiniei proprii, redarea succintă a unui mesaj, alcătuirea unui text organizat, cererea de ajutor/ asistență, facerea unei propuneri, oferirea informației personale sau cererea ei, utilizarea vocabularului, la nivel elementar, în situații care apar în viața de zi cu zi, utilizarea corectă a timpurilor și structurilor gramaticale.	
Competențe prealabile: Studenții încep cursul de la nivel începător / incipient.	
CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP5. Proiectarea activităților proprii ale specialistului în domeniu, utilizând cunoștințele acumulate în studierea unităților de curs fundamentale și de specialitate. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.	
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finele cursului studenții trebuie: Să cunoască alfabetul ortografic și fonetic german, regulile de scriere și de citire în limba germană; Să decodeze mesajul unui text scris sau oral; Să identifice tipurile de expunere: monologat, dialogat, reflexiv, mixt; Să recunoască și să identifice structuri gramaticale și lexicale ale unui text în limba germană; Să identifice organizarea coerentă a unui text; Să diferențieze între în formația necesară, important și ce a secundară; Să distingă ideile principale ale textului ; Să definească mesajul frazei, textului și să identifice detalii specifice; Să folosească elementele fonetice recent assimilate; Să articuleze corect discursul produs;	



Să aplice regulile de citire;
Să aplice vocabularul achiziționat în situații de comunicare ;
Să folosească corect structurile gramaticale;
Să scrie un paragraf cu caracter descriptiv folosind normele gramaticale și ortografice
Să generalizeze informația percepută;
Să producă un text coerent, respectând normele gramaticale și ortografice;
Să producă noi unități discursive, aplicând vocabularul și structurile gramaticale studiate;
Să formuleze o părere;
Să argumenteze opinia personal;
Să colaboreze cu un interlocutor la realizarea unei sarcini.

Teme de bază:

Sich vorstellen;
Meine Familie;
Einkauf;
Meine Wohnung;
Mein Tag;
Freizeit;
Kinder und Schule;
Beruf und Arbeit;
Ämter und Behörden;
Gesundheit und Krankheit;
In der Stadt unterwegs;
Kundenservice;
Neue Kleider;
Feste.

Strategii de predare-învățare:

Lucrul cu grupul, lucrul individual, lucrul în perechi, discuții în grup; brainstorminguri, jocul de rol.

Strategii de evaluare:

Cursul dat are un caracter practic. Pe parcurs se vor propune teste, mini-teste, dictărilor completă, exerciții de interacțiune.

Forma de evaluare finală este examenul care se va realiza oral.

Bibliografie

Obligatorie:

1. BOVERMANN, Monika, u.a., *Deutsch als Fremdsprache. Schritte 1. Kursbuch + Arbeitsbuch*, Ismaning, Max Hueber Verlag, 2003, 128S.
2. MÜLLER, Ilse, *Ghid de conversație română – german*. București: Kriterion, 1992, 198 p.
3. *Sprachkurs Deutsch 1, Curs de limba germană*, București, Romania, editura tehnică, 1994, 296S.
4. ȘTEFAN, Andra, *Limba germană, gramatică și exerciții*. București: Corint, 1998, 230p.
5. ZUEVA, Larisa.ru›weblinks.php?cat_id=3

Opțională:

1. POPOW, A.A., POPOK, M.L., *Praktisches Deutsch*. Moskau: Inostrannii yazik, 2000, 463 S.
2. SAWJALOWA, W.M., ILINA, L.W., *Prakticeskii kurs nemezkogo yasika (nacialnii etap)*. Moskau: Omega-L, 2007, 347S.
3. TECHMER, Marion, *Wortschatz Grundstufe A1 bis B1*. Ismaning: Max Hueber Verlag, 2007, 175S.
4. *Themen aktuell 1, Kursbuch und Arbeitsbuch*. Ismaning: Max Hueber Verlag, 2007, 160S.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS TEHNOLOGII INFORMAȚIONALE ȘI COMUNICAȚIONALE

Codul cursului în programul de studii: G.01.O.002
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de matematică și informatică
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul I, semestrul I
Titular de curs: lect. sup. univ. Lidia POPOV
Descriere succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii. Împreună cu dezvoltarea tehnicii de calcul a apărut necesitatea studierii tehnologiilor informaționale la diverse nivele ale activității umane, inclusiv și în instituțiile de învățământ atât preuniversitare cât și universitare. <i>Tehnologii informaționale și comunicaționale</i>, abreviat TIC, sunt tehnologii necesare pentru colectarea, stocarea, prelucrarea, căutarea, transmiterea, prezentarea datelor, textelor, imaginilor și sunetelor, utilizând calculatoarele electronice. Unitatea de curs <i>Tehnologii informaționale și comunicaționale</i> este constituită din două compartimente: I. Conceptele de bază ale tehnologiei informației și sistemului de calcul; II. Tehnologii informaționale și comunicaționale aplicate. La rândul său, compartimentul <i>Tehnologii informaționale și comunicaționale aplicate</i> constă din 5 module practice: 1. Utilizarea sistemului de operare; 2. Utilizarea rețelelor de calculatoare și servicii electronice on-line; 3. Procesarea documentelor; 4. Procesarea tabelelor; 5. Procesarea prezentărilor. Această unitate de curs este obligatorie la toate specialitățile neinformatică din cadrul facultăților Universității de Stat „Alecu Russo” din Bălți, având drept scop formarea la studenți a competențelor digitale în domeniul profesional.
Pre-rechizite: Studentul trebuie să cunoască conceptele de bază ale din cadrul disciplinei școlare <i>Informatica</i>. CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs, studentul va fi capabil: ▪ să gestioneze datele și să adapteze mediul sistemului de operare pentru necesitățile utilizatorului, utilizând instrumentele existente ale acestuia; ▪ să gestioneze informația, utilizând resursele Internet; ▪ să elaboreze documente de diferită complexitate, utilizând un procesor de texte; ▪ să efectueze calcul tabelar și să creeze diagrame, utilizând un procesor tabelar; ▪ să elaboreze prezentări electronice conform cerințelor propuse, utilizând un procesor de prezentări.
Teme de bază: Conceptele de bază ale tehnologiei informației și sistemului de calcul. Utilizarea sistemului de operare. Utilizarea rețelelor de calculatoare și servicii electronice on-line în domeniul profesional. Procesarea documentelor. Procesarea tabelelor. Procesarea prezentărilor.
Strategii de predare-învățare: Demonstrația, explicația, conversația euristică, lucrări de laborator și de control, lucru în echipă, problematizarea.
Strategii de evaluare: Un test de evaluare curentă la fiecare unitate de învățare și un test de evaluare finală cu itemi de diferite tipuri, în variantă electronică.
Bibliografie 1. COZNIUC, O., <i>TEHNOLOGII INFORMAȚIONALE ȘI COMUNICAȚIONALE</i>, Note de curs, Tipografia din Bălți SRL, Bălți, 2010, 72 p. 2. EVDOCHIMOV, R., <i>CONCEPTELE DE BAZĂ ALE TEHNOLOGIEI INFORMAȚIEI ȘI SISTEMULUI DE CALCUL</i>, Note de curs (pentru specialitățile neinformatică), Presa universitară bălțeană, Bălți, 2011, 73 p.



Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți
Catedra de științe economice



3. POPOV, L., „TEHNOLOGII INFORMAȚIONALE”, Modulul Sistemul de operare Microsoft Windows 7, Indicații metodice cu aplicații și însărcinări practice, Presa universitară bălțeană, Bălți, 2013, 208 p.
4. POPOV, L., OLARU, I., TEHNOLOGII INFORMAȚIONALE”, Modulul Procesorul de texte Microsoft Word 2007, Ghid metodic, Presa universitară bălțeană, Bălți, 2014, 288 p.
5. POPOV, L., TEHNOLOGII INFORMAȚIONALE DE COMUNICARE, Indicații metodice cu aplicații și însărcinări practice pentru lucrări de laborator, Modulul Procesorul tabelar Microsoft Excel, Presa universitară bălțeană, Bălți, 2008, 160 p.
6. POPOV, L., TEHNOLOGII INFORMAȚIONALE DE COMUNICARE, Note de curs (*pentru studenții Facultăților Economie și Științe ale Naturii și Agroecologie*), Presa universitară bălțeană, Bălți, 2006, 100 p.
7. СЕРГЕЕВ, А. П., Microsoft Office 2007, Самоучитель. Издательство Вильямс, 2007, 432 с.
8. СПИРИДОНОВ, О., Microsoft Office 2007 для пользователя. Часть I, Издательство МИЭМП, 2010, 455 с.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS MATEMATICA APLICATĂ

Codul cursului în programul de studii: F.01.O.003
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Facultatea/catedra responsabilă de curs: Catedra de matematică și informatică, ȘREM
Număr de credite ECTS: 6
Anul și semestrul în care se predă cursul: anul I, semestrul I
Titular de curs: Ina Ciobanu, dr., conf. univ.
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii Obiectivul disciplinei „Matematica aplicată” este să deprindă studenții cu metodele de analiză și modelare matematică a fenomenelor economice. Studenții trebuie să învețe să identifice clasele de fenomene economice cărora li se pot atașa modele matematice de rezolvare a acestora și modalitatea concretă de investigație, modelare matematică și rezolvare. Identificarea ipotezelor de lucru, raționamentul logic și riguros, analiza pertinentă și în context a concluziilor obținute, precum și modul concret de punere în aplicare a acestora în contextul unui fenomen economic/financiar/bancar etc. de către studenți, este un obiectiv esențial al acestui curs. Unitatea de curs „Matematica aplicată” are scopul de a asigura baza teoretică de înțelegere și fundamentare a aparatului matematic utilizat în cadrul unor discipline de specialitate, precum: Macroeconomie, Microeconomie, Informatică, Statistică economică.
Pre-rechizite: Studentul trebuie să cunoască Matematica preuniversitară: posedarea la nivel teoretic și aplicativ în limitele standardelor de studiu eficient al matematicii (Standarde de învățare eficientă, aria curriculară Matematica, aprobat de Ministerul Educației în anul 2012, sursa electronică www.edu.md).
Competențe dezvoltate în cadrul cursului : CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: - modeleze matematic clase importante de fenomene economice; - aplice metodele matematice de optimizare a problemelor de programare liniară; - utilizeze algoritmi de rezolvare de tip SIMPLEX; - înțeleagă logica introducerii unor concepte și/sau indicatori specifici în domeniul economic, în general, cât și în cel financiar bancar în particular; - rezolve probleme de optimizare a unor clase de fenomene economice, utilizând calculul diferențial; - aplice metode de aproximare (ajustare, interpolare) unor fenomene și probleme economico-financiare particulare.
Teme de bază: Algebra liniară. Spații vectoriale. Calculul diferențial și integral al unor funcții de una și două variabile. Ecuații diferențiale. Probabilitate. Probleme de programare liniară.
Strategii de predare-învățare: Prelegerea interactivă, demonstrația, conversația euristică. Exemplificarea metodelor expuse și a noțiunilor introduse, problematizarea. Rezolvare de probleme, ghidat de profesor, independent și în grup.
Strategii de evaluare: Teste, lucrări de control, portofoliu, examen scris.
Bibliografie 1. http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=259&idb 2. DEDU, S. <i>Matematici aplicate in economie. Culegere de probleme</i>. Vol. 1. 3. ZAMBIȚCHI, D. <i>Matrice și sisteme de ecuații liniare cu aplicații în economie</i>. Chișinău, 1996. 4. ZAMBIȚCHI, D., ZAMBIȚCHI M. <i>Matematici aplicate în economie</i>. Chișinău, 2005. 5. КЛИМЕНКО, Ю.И. <i>Высшая математика для экономистов</i>. Москва, 2005.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS PRINCIPIILE ECONOMIEI DE PIAȚĂ

Codul unității de curs în programul de studii: F.01.O.004
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea/catedra responsabilă: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă: anul I, semestrul 1
Titularul: dr., conf. univ. Natalia Branașco
Descriere succintă a corelării/integrării cu/în programul de studii: Unitatea de curs „Principiile economiei de piață” urmărește inițierea studenților în bazele economiei de piață, iar cunoștințele acumulate contribuie la înțelegerea problemelor ce țin de activitatea economică la diferite nivele organizaționale (microeconomic, macroeconomic). Unitatea de curs va fi o premisă importantă pentru însușirea eficientă a celorlalte unități de curs economice din planul de învățământ, precum Teoria economică, Economia întreprinderii, Management, Marketing, etc.
Competențe prealabile: „Principiile economiei de piață” reprezintă un curs introductiv în sistemul științelor economice ce familiarizează studenții cu principiile funcționării și dezvoltării economiei de piață. Studenții trebuie să dețină competențe generale, specifice pentru absolvenții ciclului liceal.
Competențe dezvoltate: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să definească corect conceptele de bază ale teoriei economice; - să analizeze fenomenele și procesele micro-, macro- și monoeconomice; - să aplice conceptele, principiile și teoriile studiate în rezolvarea aplicațiilor practice; - să elaboreze proiecte de cercetare asupra temelor propuse pentru activitatea individuală, bazându-se pe competențele dezvoltate în cadrul unității de curs.
Teme de bază: Obiectul și evoluția teoriei economice ca știință. Activitatea economică: conținutul funcțional și componentele fundamentale. Proprietatea – fundament al sistemului economic. Piața: esența, structura și mecanismul de funcționare. Teoria antreprenoriatului și întreprinderea în condițiile economiei de piață. Business-ul mic. Procesul de management în cadrul întreprinderii. Elemente de bază în marketing. Noțiuni de evidență contabilă. Politicile și indicatorii macroeconomici. Instabilitatea macroeconomică. Sistemul financiar. Economia mondială și procesele integraționiste. Direcțiile prioritare de dezvoltare a economiei Republicii Moldova.
Strategii de predare-învățare: Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbaterile, realizarea sarcinilor de laborator, rezolvarea problemelor.
Strategii de evaluare: teste pentru evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, prezentarea proiectelor de cercetare pe parcursul semestrului, test scris pentru evaluare finală.
Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminare și de laborator. Nota finală se



calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$,
unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. Legea cu privire la antreprenoriat și întreprinderi Nr. 845-XII din 03.01.92. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr.2/33 din 28.02.1994 (cu modificările și completările ulterioare). Disponibil: <http://www.licentiere.gov.md/doc.php?l=ro&idc=99&id=374>;
2. Legea Republicii Moldova cu privire la proprietate Nr.459-XII din 22.01.91. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr.3-4-5-6 din 30.06.1991 (cu modificările și completările ulterioare). Disponibil: <http://www.law-moldova.com/laws/rom/osobstvennosti ro.txt>;
3. BUCOS, T.; BARBĂNEAGRĂ, O. Teorie economică. Chișinău: ASEM, 2013, 236 p.;
4. MOLDOVANU, D. Curs de teorie economică. Chișinău: Ed. ARC, 2006, 428p.;
5. TRUSEVICI, A.; BRANAȘCO, N. Indicații metodice pentru lecții practice la disciplina Teoria economică. Bălți: Tipografia din Bălți, 2010, 85 p.;
6. TRUSEVICI, A.; BRANAȘCO, N. Culegere de teste și probleme pentru lecții practice la disciplina Teoria economică. Bălți: Tipografia din Bălți, 2010, 81 p.

Bibliografie opțională:

1. ANGELESCU, C.; CIUCUR, D. Economie: aplicații. București: Ed. Economică, 2000;
2. FILIP, N.; SOROCEAN, O. Teorie economică: curs universitar. Chișinău: Tipografia Primex-Com SRL, 2009, 364 p.;
3. HĂMURARU, M.; ȚĂRUȘ, V.; CAPSÎZU, V. Teorie economică. Microeconomie. Chișinău: CEP USM, 2010, 280 p.;
4. HĂMURARU, M.; ȚĂRUȘ, V.; CAPSÎZU, V. Teorie economică. Macroeconomie. Chișinău: CEP USM, 2010, 288 p.;
5. СОРОЧАН, О. Экономическая теория: курс лекций. Chișinău: Tipografia Primex-Com SRL, 2009, 327 p.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS MONEDĂ ȘI CREDIT

Codul unității de curs în programul de studii: F.01.O.005
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea/catedra responsabilă: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă: anul I, semestrul 1
Titularul: dr., conf. univ. Natalia Branașco
Descriere succintă a corelării/integrării cu/în programul de studii: Obiectul unității de curs „Monedă și credit” se axează pe cercetarea relațiilor monetar-creditară dintre stat, sistemul bancar și agenții economici, care au loc atât la nivel microeconomic, cât și la cel macroeconomic, caracterizându-se prin utilizarea diverselor instrumente monetar-creditară și al mecanismului valutar-financiar la elaborarea politicii economice. Obiectivul unității de curs „Monedă și Credit” este însușirea principiilor funcționării sistemului monetar-creditar, dezvoltarea logicii economice a studenților și formarea competențelor profesionale. Această disciplină servește drept bază pentru alte unități de curs studiate în continuare, precum Macroeconomia, Bazele activității bancare, Management bancar, etc.
Competențe prealabile: „Monedă și Credit” reprezintă un curs introductiv în sistemul științelor economice ce familiarizează studenții cu bazele funcționării și dezvoltării sistemului monetar-creditar. Studenții trebuie să dețină competențe generale, specifice pentru absolvenții ciclului liceal.
Competențe dezvoltate: CP1. Identificarea și utilizarea conceptelor, principiilor, teoriilor specifice sistemului monetar-creditar; CP4. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea politicilor monetar-creditară; CP6. Aplicarea principiilor și metodelor de bază pentru prelucrarea și interpretarea datelor și informațiilor din cadrul sistemului monetar-creditar; CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să utilizeze corect conceptele de bază ale sistemului monetar-creditar; - să analizeze principiile de funcționare a Sistemului Monetar Internațional și a Sistemului Monetar Național din Republica Moldova; - să aplice conceptele, principiile și teoriile studiate în rezolvarea aplicațiilor practice; - să elaboreze proiecte de cercetare asupra temelor propuse pentru activitatea individuală.
Teme de bază: Moneda: concept, funcții, forme. Sistemul monetar național. Sistemul monetar internațional. Sistemul monetar european. Masa monetară. Cererea și oferta de monedă. Moneda și inflația. Creditul și dobânda. Sisteme bancare. Băncile comerciale. Piața și politica monetară. Riscul și prudența bancară.
Strategii de predare-învățare: Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbaterile, realizarea sarcinilor de laborator, rezolvarea problemelor.
Strategii de evaluare: teste pentru evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, prezentarea proiectelor de cercetare pe parcursul semestrului, test scris pentru evaluare finală.
Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$,



unde *Nf* – nota finală; *Nc* – nota reușitei curente; *Ne* – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. *Legea instituțiilor financiare nr. 550-XXII din 21.07.1995.* În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova. 1996, nr. 1 din 01.01.1996 (cu modificările și completările ulterioare). Disponibil: http://www.bnm.md/md/law_fin_institutes;
2. *Legea cu privire la BNM nr. 548-XII din 21.07.1995.* În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova. 1996, nr. 1 din 01.01.1996 (cu modificările și completările ulterioare). Disponibil: http://www.bnm.md/md/law_BNM;
3. *Legea privind reglementarea valutară: nr.62-XVI din 21 martie 2008.* În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr.127-130/496 din 18.07.2008 (cu modificările și completările ulterioare). Disponibil: http://www.bnm.md/md/law_foreign_exch_regul;
4. *Regulamentul BNM cu privire la activitatea de creditare a băncilor comerciale al Republicii Moldova nr. 153 din 25.12.97.* În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, Nr.87-89 -1998;
5. BASNO, C.; DARDAC, N.; FLORICEL, C. *Monedă. Credit. Bănci.* București: Ed. Didactică și Pedagogică, R. A., 2003, 374 p.;
6. COCRIȘ, V. ș. a. *Monedă și credit.* Iași: ed. Universității „A. I. Cuza”, 2013, 312 p.;
7. COCRIȘ V. ș. a. *Monedă și credit: sinteze și aplicații practice.* Iași: ed. Universității „A. I. Cuza”, 2013, 240 p.

Bibliografie opțională:

1. MANOLESCU, Gh. *Monedă și credit.* București: Ed. Fundației „România de Măine”, 2003, 228 p.;
2. TURLIUC, V.; BOARIU, A.; STOICA, O. *Monedă și credit.* București: Ed. Economică, 2005, 303 p.;
3. БАЛЫНСКИЙ, А. В. *Общая теория денег и кредита: Учебное пособие.* Кишинэу: Еврика, 1998, 232 с.;



FIȘA UNITĂȚII DE CURS FUNDAMENTELE ȘTIINȚEI MĂRFURILOR

Codul cursului în programul de studii: F.01.O.006
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea /catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul I, semestrul 1
Titularul cursului: Slutu Rodica, dr. lector univ., Chiseliov Lilia, asist. Univ.
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Cursul „Fundamentele științei mărfurilor” are drept scop formarea specialistului capabil să abordeze tehnicile referitoare la sortimentul mărfurilor, factorilor de determinare a calității, să cunoască standardele de certificare. Un manager competitiv trebuie să cunoască sortimentul mărfurilor, clasificarea acestora conform standardelor, precum și instrumentele folosite la determinarea calității. Pentru însușirea obiectului dat, drept bază le servesc cunoștințele căpătate la liceu.
Competențe prealabile: - cunoașterea conceptelor de bază ale fundamentelor științei mărfurilor, precum: a calității, metodelor de determinare a calității, clasificarea mărfurilor după grupele clasice etc; - determinarea calității mărfurilor după metoda scării de punctaj, proba arderii; - capacitatea de a relata explicit, oral și în scris, conținuturile teoretice ale disciplinei și rezultatele cercetărilor efectuate; - documentarea, selectarea, organizarea și cercetarea a informațiilor necesare pentru studierea acestui curs.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să identifice conceptele de bază cu privire la calitate, standard, codificarea mărfurilor, metode de determinare a calității; - să analizeze calitatea mărfurilor în baza indicatorilor organoleptici, interdependența dintre competitivitatea produselor și calitatea acestora; - să realizeze un studiu a factorilor de influență asupra grupelor de mărfuri alimentare și nealimentare; - să-și formeze deprinderi de a identifica calitatea produselor prin metoda organoleptică pe piață;
Teme de bază: Obiectul și metodele de cercetare ale disciplinei „Fundamentele științei mărfurilor”. Sistematica mărfurilor. Proprietățile generale ale mărfurilor. Estetica mărfurilor. Înnoirea, modernizarea și diversificarea sortimentelor de mărfuri. Standardizarea mărfurilor. Clasificarea și codificarea mărfurilor. Marcarea și etichetarea mărfurilor. Ambalarea mărfurilor. Depozitarea și păstrarea mărfurilor. Calitatea produselor și serviciilor. Sistemul de asigurare



a calității mărfurilor. Recepția loturilor de mărfuri.

Strategii de predare-învățare:

Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluarea curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, eseu: Calimetria: măsurarea și estimarea calității mărfurilor. Standardizarea și certificarea calității produselor. Înnoirea gamei sortimentale. Principalele căi de înnoire a produselor. Clasificarea și codificarea mărfurilor. Studiu de caz: Determinare calității produselor prin metoda scării de punctaj, determinare naturii fibrei prin metoda arderii.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. ATANASE, A., PURCAREA, A. *Metode de analiză a mărfurilor*. București: Editura Matrix Rom, 2005
2. DINU, V.; NEGREA, M. *Bazele merceologiei*. București: Editura ASE, 2010
3. DOMNICA, M. *Merceologia produselor*. Sibiu: Editura Alma Mater, 2009
4. PASCU, E.; PARAIAN, E.; STANCIU, I. *Fundamentele științei mărfurilor*. București: Editura Universitară 2012

Bibliografie opțională:

1. BOLOGA, N.; BURDA, A. *Merceologia alimentară*. București: Editura Oscar Print, 2008
2. ȘERBULESCU, L. *Merceologia industrială*. București: Editura Fundației România de Măine, 2002
3. VASILE, D. *Protecția drepturilor și intereselor consumatorilor*. Buzău: Editura Alpha 2001



FIȘA UNITĂȚII DE CURS GEOGRAFIA ECONOMIEI MONDIALE

Codul cursului în programul de studii: F.01.O.007
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Facultatea/catedra responsabilă de curs: Catedra de științe ale naturii și agroecologie
Numărul de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul I, semestrul 1
Titulari de curs: Buga Oleg, dr. hab., prof. univ.
Descrierea succintă a corelării/integrării cursului în programul de studii Cursul de geografie a economiei mondiale este o disciplină fundamentală de o importanță deosebită la etapa inițială de pregătire a economiștilor de înaltă calificare. Viitorul specialist trebuie să aibă cunoștințe profunde despre relațiile dintre societate și natură, repartizarea teritorială a resurselor naturale și umane ale Terrei, structura și mecanismul funcționării economiei mondiale, principiile și legăturile de amplasare a producției bunurilor materiale, relațiile economice internaționale etc. Toate aceste momente sânt studiate de geografia economică, parte componentă a căreia este cursul de față. Disciplina dată servește drept bază pentru alte discipline studiate la specialitățile economice și în primul rând al teoriei economice, bazelor managementului și marketingului, statisticii economice și a.
Competențe prealabile: Studentul, în baza studiilor liceale, trebuie să cunoască în linii generale geografia diferitor ramuri ale economiei mondiale, repartizarea mondială a resurselor naturale și resurselor de muncă, particularitățile dezvoltării economice a celor mai mari state ale lumii și să fie în stare să citească și să construiască grafice și diagrame ce demonstrează evoluția diferitor fenomene economice și sociale.
Competențele dezvoltate în cadrul cursului: CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CP5. Proiectarea activităților proprii ale specialistului în domeniu, utilizând cunoștințele acumulate în studierea CT1. Aplicarea regulilor de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe.
Finalități de studii realizate la finele cursului: După studierea cursului dat studentul, ca viitor specialist în domeniul economiei va fi capabil să: Argumenteze tendințele de dezvoltare a economiei mondiale contemporane Aprecieze procesele economice și sociale ce au loc în lumea în care trăim. Să explice importanța diferitor ramuri ale economiei mondiale în economia anumitor țări și regiuni. Ilustreze importanța anumitor relații economice internaționale în dezvoltarea economică a diferitor state. Analizeze și să folosească argumentat datele statistice în aprecierea dezvoltării economice și sociale a diferitor ramuri și regiuni ale lumii. Formuleze corect relațiile contemporane dintre societate și natură. Explice principiile și legăturile de amplasare a producției bunurilor materiale în cadrul anumitor țări și mari regiuni geografice.
Teme de bază: <i>Tematica prelegerilor:</i> Obiectul și domeniul de cercetare a geografiei economiei mondiale. Economia mondială și structura ei. Geografia resurselor energetice și energetica mondială. Geografia resurselor metalurgice și a metalurgiei mondiale. Industria constructoare de mașini. Geografia materialelor de construcție și a industriei de construcție. Geografia resurselor forestiere mondiale și a industriei forestiere. Geografia agriculturii mondiale. Geografia industriei ușoare și alimentare mondiale. Geografia transporturilor și comunicațiilor. Relațiile economice internaționale. <i>Tematica lucrărilor practice:</i> Economia mondială și structura ei. Structura energeticii mondiale. Industria carboniferă. Industria petrolului și gazelor naturale. Resursele energetice alternative. Electroenergetica mondială. Geografia siderurgiei mondiale. Geografia metalurgiei neferoaselor. Industria constructoare de mașini. Industria chimică mondială. Industria forestieră și a materialelor de construcție. Fitotehnia mondială. Zootehnia mondială. Industria ușoară și alimentară. Transportul mondial. Geografia relațiilor economice mondiale



Strategii de predre-învățare: Prelegerea interactivă, demonstrația, conversația, exemplificarea, problematizarea, cercetarea pe teren, cercetarea în laborator, etc.

Strategii de evaluare: teste de evaluare curentă, sarcini pentru lucrul independent, interogarea, scrierea referatelor, prezentarea dărilor de seamă despre îndeplinirea lucrărilor de laborator

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbatelor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie

a. Obligatorie

1. BÂRDAN, V. Geografia economică mondială. Chișinău: „Reclama”, 2008.
2. MATEI, C., MÎTCU, M. și a. *Geografia economică și socială mondială. V.2.* Chișinău, 2004.
3. PLAMĂDEALĂ, Gh. *Geografia economică mondială.* Bălți, 2009.
4. PLAMĂDEALĂ, Gh. *Geografia ramurilor economiei mondiale.* Bălți, 2013

b. Suplimentară

1. AUR, N., GHERASIM, C. *Geografie economică mondială.* București: Editura fundației România de mâine, 2004.
2. NEGOIESCU, Bebe, VLĂSCLEANU, Gh.. *Geografie economică. Resursele Terrei.* București: 2001, 2003.
3. NEGUȚ, Silviu (coordonator). *Geografie economică mondială.* București, 2003.
4. SIMON, T., ANDREI, M.T. *Geografia economică a Terrei.* București: Editura fundației România de mâine, 2004.
5. АЛИСОВ, Н.В., ХОРЕВ, В.С. *Экономическая и социальная география мира.* Москва, 2001.
6. ЛАВРОВ, К.Э., АКСЕНОВ, П.И. *Экономическая, социальная и политическая география мира.* Москва, 2002.
7. МАКСАКОВСКИЙ, В.П. *Географическая картина мира. Книга 1.* Москва; Дрофа, 2008
8. РОДИОНОВА, И. А., БУНАКОВА, Т.И. *Экономическая география.* Москва, 2001.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS
EDUCAȚIA FIZICĂ I, EDUCAȚIA FIZICĂ II

DENUMIREA DISCIPLINEI				EDUCAȚIA FIZICĂ I, EDUCAȚIA FIZICĂ II				COD: G.01.O.008 G.01.O.017	
ANUL DE STUDIU		1		SEMESTRUL	I, II	STATUTUL DISCIPLINEI (Generală, obligatorie)		G	
NUMĂRUL ORELOR PE SĂPTĂMÂNĂ				TOTAL ORE SEMESTRU	TOTAL ORE ACTIVITATE INDIVIDUALĂ*	NUMĂR DE CREDITE	TIPUL DE EVALUARE (M-mixt)	LIMBA DE PREDARE	
C	S	L	Pr	60	30	0	Colocviu	RO	
		2							
TITULARUL DISCIPLINEI				GRADUL DIDACTIC ȘI ȘTIINȚIFIC, PRENUMELE, NUMELE				CATEDRA	
								ȘTIINȚE ALE EDUCAȚIEI, SECȚIA DE EDUCAȚIE FIZICĂ	
COMPETENȚE PREALABILE				studentii trebuie să posede deprinderi practice specifice disciplinei formate anterior în școala preuniversitară: exerciții cu caracter aplicativ, gimnastica de bază, gimnastica ritmică, aerobică, atletismul, jocuri sportive, jocuri dinamice.					
COMPETENȚE DEZVOLTATE ÎN CADRUL CURSULUI				- formarea unor concepte și valori fundamentale privind activitatea motrică și influența anatomio-fiziologică a acestora asupra organismului uman; - dezvoltarea calităților motrice de bază, funcționale, aplicative, volitive și estetice prin intermediul exercițiilor fizice; - formarea calităților de personalitate, comportament civilizat, deprinderilor comunicative și de interacțiune socială.					
FINALITĂȚILE CURSULUI				Valoarea formativă a educației fizice constă în: - dezvoltarea competențelor specifice educației fizice, fortificarea stării de sănătate a capacităților motrice ale studenților și corespunzător, calității învățării; - aplicarea sistemului de principii cu privire la formarea personalității, capabile să aplice valorile culturii fizice în viața personală.					
TEMATICA DISCIPLINEI PE TEME				Denumirea temelor					
				1. Teorie					
				2. Dezvoltarea vitezei 100 m					
				3. Dezvoltarea rezistenței 500 m					
				4. Dezvoltarea rezistenței 200 m					
				5. Sărituri în lungime					
				6. Exerciții de dezvoltare a forței					
				7. Exerciții de dezvoltare a vitezei					
				8. Ținerea startului de jos					
				9. Învățarea de mai departe a procesului					
				10. Exerciții de dezvoltare a vitezei					
				11. Exerciții de dezvoltare a rezistenței					
				12. Perfecționarea normativelor de colocviu					
				13. Normele de control					
TOTAL				30 ore					
METODE DE PREDARE				Strategii de predare-învățare: Metodele și tehnicile de predare-învățare se vor baza pe următoarele criterii: competențe, obiective, conținuturi, semestru, vârsta. Metodele de predare-învățare: expunerea orală, demonstrarea, conversarea, învățarea în echipă, analogia,exercițiul, descoperirea și problematizarea, modelarea, simularea, cooperarea, asaltul de					



Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți
Catedra de științe economice



	idei, studiul de caz, experimentul, metoda statistică–matematică.
EVALUARE	<i>Strategii de evaluare:</i> 1. Cunoștințe –pregătirea teoretică; 2. Competențe psiho-motorice: pregătirea tehnică, pregătirea fizică; evaluarea nivelului de pregătire fizică și funcțională (septembrie, mai); evaluarea continuă, evaluarea sumativă, evaluarea finală (mai)
BIBLIOGRAFIE	1. ROTARU, A; PLÎNGĂU, V. <i>Programa de cultură fizică pentru învățământul național superior</i> . Chișinău: Editura Universitas, 1991. 2. MORARI, A. <i>Educația fizică. Curriculum universitar</i> , Presa universitară bălțeană, 2011. 3. BIZIM, A. <i>Metodica educației fizice în învățământul superior</i> . București: Editura Universității, 2012. 4. LUPU, E. <i>Metodica pregătirii educației fizice și sportului</i> . Iași: Editura: Institutul European, 2012. 5. PAVLOV, V. Aspectele eficienței mijloacelor psihomotorice - aplicative a lecțiilor de educație fizică, sport și sănătatea studenților AMTAR. Chișinău: Academia de Muzică, Teorie și Arte plastice. Catedra „Educația fizică”. 2012. 6. TRIBOI, V. <i>Teoria și metodologia antrenamentului sportiv</i> . Curs universitar. Chișinău: VSEFS, 2010.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS LIMBA STRĂINĂ II. LIMBA ENGLEZĂ II

DENUMIREA DISCIPLINEI					LIMBA ENGLEZĂ II				COD: G.02.O.009								
ANUL DE STUDIU		1			SEMESTRUL		2		STATUTUL DISCIPLINEI (GENERALĂ, OBLIGATORIE)		G						
NUMĂRUL ORELOR PE SAPTĂMÂNĂ					TOTAL ORE SEMESTRU		TOTAL ORE ACTIVITATE INDIVIDUALĂ		NUMĂR DE CREDITE		TIPUL DE EVALUARE		LIMBA DE PREDARE				
C		S		L		Pr		120		60		4		Examen oral		engl	
				4													
TITULARUL DISCIPLINEI					GRADUL DIDACTIC ȘI ȘTIINȚIFIC, PRENUMELE, NUMELE							CATEDRA					
					LECT. UNIV. BANARU NATALIA							Filologie engleză și germană					
COMPETENȚE PREALABILE					cunoașterea sunetelor și alfabetului limbii engleze, regulile de citire și transcripția cuvintelor ; deprinderi de lectură; deprinderi de scris; înțelegerea structurilor gramaticale de bază.												
COMPETENȚE DEZVOLTATE ÎN CADRUL CURSULUI					CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP5. Proiectarea activităților proprii ale specialistului în domeniu, utilizând cunoștințele acumulate în studierea unităților de curs fundamentale și de specialitate. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.												
FINALITĂȚILE CURSULUI					• să articuleze corect discursul produs, conform regulilor de pronunție și intonație a limbii engleze; • să utilizeze structurile gramaticale și lexicale conform situației respective; • să întrețină un dialog sau un mini discurs pentru a oferi informații personale, referitor la jobul, necesitățile și preferințele sale; • să folosească formule sociale de comunicare pentru a face o propunere sau o ofertă.												
TEMATICA DISCIPLINEI PE TEME					Denumirea temelor Aspect lexical												
1.					Banks and Banking												
2.					Global Economic Crisis												
3.					Stocks and the Stock Market												
4.					Money												
5.					International Trade												
6.					The Euro												
7.					Inflation – Causes and Effects												
8.					Credit Rating Agencies												
9.					The Worldwide Spread of Oil												
10.					Natural Gas – an Energy Alternative for the Future?												
					Aspect Gramatical												
1.					The Past Simple Tense												
2.					The Past Continuous Tense												
3.					The Present Perfect Tense												
4.					The Sequence of Tenses												
5.					The Reported Speech												



Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți
Catedra de științe economice



TOTAL	60 ore	
METODE DE PREDARE	Curs interactiv; expunere liberă; prezentări PPT; scriere de scrisori eseie, paragrafe; exerciții gramaticale; dialoguri	
EVALUARE	examen E	40% evaluare
	condiții	60% evaluare pe parcursul seminarelor și lucrărilor practice
	formula notei finale	60% media reușitei curente + 40% nota de la examen
BIBLIOGRAFIE	Bibliografie Recomandată: GRANT, D., MCLARTY, R. <i>Business Focus. Pre-Intermediate Student's Book</i>. Oxford University Press: 2004. GRANT, D., MCLARTY, R. <i>Business Basics. Workbook</i>. Oxford University Press: 1995. THOMSON, A. J., MARTINET, A., V. <i>A Practical English Grammar</i>. Oxford: Oxford University Press, 1998. Dicționare BANTOȘ, A. <i>Dicționar Englez - Român</i>. București. 1990 BANTOȘ, A. <i>Dicționar Român- Englez</i>. București. 1990 Oxford Learner's Advanced Dictionary of Current English. Oxford University Press. 1990 The New International Webster Standard Thesaurus. Trident Reference Publishing 2006 Edition	



FIȘA UNITĂȚII DE CURS LIMBA STRĂINĂ II. LIMBA FRANCEZĂ II

Codul cursului în programul de studii: G.02.O.009
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Litere/Limba română și filologie romanică
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul I, semestrul 2
Titular de curs: Niculica Oxana, lector universitar
Descriere succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii. Scopul esențial al acestei discipline este de a-i ajuta pe studenți să-și formeze competențe de comunicare în limba franceză, pentru a fi apti să întrețină conversații pe subiecte legate de domeniul de specializare. Dezvoltarea competențelor comunicative în domeniul psihologiei și cunoașterea actelor de comunicare specifice acestuia sînt obiective fidel urmărite de profesor în predarea limbilor moderne. Disciplina limba franceză I are ca scop familiarizarea studentului cu normele de bază de comunicare orală și scrisă în limba franceză; pregătirea studenților să corespundă standardelor internaționale corespunzătoare nivelului B1. Cursul dat pune accent pe aptitudinea de a citi, a audia texte specializate în limba franceză însoțite de seturi de exerciții lexicale, de pronunție și gramaticale pentru a dezvolta abilitățile de exprimare orală și scrisă. La finele cursului studentul va fi capabil de a alcătui un text organizat, de a utiliza vocabularul studiat în situații care țin de domeniul de specializare și de a utiliza corect timpurile și structurile gramaticale elementare.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP5. Proiectarea activităților proprii ale specialistului în domeniu, utilizând cunoștințele acumulate în studierea unităților de curs fundamentale și de specialitate. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: - Înțelegerea conținutului unui text de specialitate - Recunoașterea structurilor gramaticale și lexicale ale unui text din domeniul economice în limba franceză - Identificarea organizării corecte a unui text din domeniul științelor economice în limba franceză - Formularea corectă a întrebărilor pentru a extrage informația necesară - Transformarea vorbirii dialogate în monolog - Aplicarea regulilor de citire - Aplicarea vocabularului achiziționat în situații de comunicare ce țin de domeniul economiei - Folosirea corectă a structurilor gramaticale în context economic - Generalizarea informației percepute din texte din domeniul științelor economice - Redarea conținutului succint al unui text economic, respectînd normele gramaticale și ortografice - Producerea noilor unități, aplicînd vocabularul și structurile gramaticale studiate specifice domeniului economic.
Pre-rechizite: Cunoașterea limbii franceze la nivel A2
Teme de bază: Pronoms relatifs composés. Répétition de la concordance des temps de l'indicatif (plan du présent et du passé); Conditionnel présent et passé (formation); La concordance des temps du conditionnel; Pronoms possessifs. Pronoms démonstratifs; Le subjonctif présent et passé (formation); Adjectifs et pronoms indéfinis: tout, aucun, chacun, même; La voix passive; L'adverbe.
Strategii de predare-învățare: explicația, conversația, dialogul; exercițiul, analiza, descoperirea, învățarea prin cooperare, problematizarea, cercetarea individuală
Strategii de evaluare: Teste lexico-gramaticale, examen oral.
Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.
Resurse disponibile: 1. Essential Grammar in Use. Elementary. Raymond Murphy. Cambridge University Press, 2008



Bibliografie

Obligatorie:

1. POPOVA, I. , KAZACOVA, G. *Manuel de français*
2. POPOVA, I. , KAZACOVA, G. *Cours pratique de grammaire française*
3. BOTNARU, R., *Cours pratique de grammaire française*. Chișinău 2000

Opțională:

1. SEMPÉ, J. J., GOSCINI, R. *Le Petit Nicolas* ???
2. DHOTEL, A. *Les lumières de la forêt*
3. FAURE, A. Di Cristo, *Le Français par le dialogue*.
4. DOMINIQUE, Ph., GIRARDET, J. *Le nouveau sans frontières*, niveau 1, „Livre d’élève”, „Cahier d’exercices”. Paris: Clé International, 1993
5. GORUNESCU, E., *Limba franceză pentru admiterea în învățământul superior*. București: 1993.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS CIVILIZAȚIE EUROPEANĂ

Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți					Denumire unității de curs				
Facultatea				Științe Reale, Economice și ale Mediului	Cultură și civilizație europeană				
Catedra				Științe socioumane					
Domeniul general de studiu				Științe economice		Categoria disciplinei U		Semestrul2	
Domeniul de formare profesională la ciclul I				0414Marketing și logistică		Codul disciplinei U.02.A.010			
Denumirea specialității				0414.1 Marketing și logistică		Tipul unității de curs A			
I. Structură disciplină									
Număr de ore/săptămână				Credite	Total ore/ Semestru ⁴	Total ore de activitate individuală ⁵	Forma de evaluare (C/Exs/Exo/Eec/T) ⁶	Limba de predare	
Curs	Sem.	Lab.	Proiect	4	120	60	Exs	Româna	
2	2		-						
II. Personal didactic									
		Gradul didactic	Titlul științific	Prenumele și numele			Încadrarea (titular/cumul)		
Curs		Conf. univ	Dr.	Lidia Pădureac			titular		
Seminar		Conf. univ	Dr.	Lidia Pădureac			titular		
Laborator									
III. Precondiții de accesare a disciplinei (se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior)									
Istoria, Filozofia									
IV. Competențe dezvoltate în cadrul cursului:									
CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională.									
CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situați organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională.									
CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților in echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe.									
CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.									
V. Tematica disciplinei									
Curs	În cadrul cursului sunt abordate și studiate următoarele probleme: 1.Geneza și evoluția civilizației antice grecești. 2. Geneza și evoluția civilizației antice romane. 3.Civilizația geto-dacă. 4.Formarea civilizației medievale europene. 5.Europa Occidentală în sec. IX-XV. 6.Civilizația medievală în Spațiul Românesc. 7.Renașterea și Iluminismul european. 8.Europa în epoca modernă. 9.Geneza democrației în epoca modernă. 10.Spațiul românesc – parte componentă a civilizației moderne europene. 11. Cultura europeana în epoca modernă. 11.Democrație și totalitarism în prima jumătate a sec. al XX-lea. 12.Europa postbelică – probleme și perspective. 13.Dimensiunea culturală a integrării europene. 14.Cultura si civilizația europeană în perspectiva globalizării. 15.Tendințe și perspective de integrare europeană la începutul sec. al XXI-lea.								
VI. Bibliografie minimală obligatorie ⁷									
1. ARAMĂ, E. <i>Istoria dreptului românesc</i> . Chișinău, 1998									
2. AVDIEV, V. <i>Istoria Greciei Antice</i> . Chișinău, 1989									
3. CARPENTIER, J., LEBRUN, F. <i>Istoria Europei</i> . București, 1997									
4. CERNEA, E.,MOLCUȚ, E. <i>Istoria statului și dreptului românesc</i> . București, 1999									
5. DRÎMBA, O. <i>Istoria culturii și civilizației</i> . București, 1998									
6. <i>Istoria modernă a Europei și Americii</i> , vol.1, Chișinău, 1992									



Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți
Catedra de științe economice



7. KUZISHIN, V. *Istoria Romei Antice*. Chișinău, 1982
8. MUREȘAN, E.; CSETRI, B. *Culegere de texte pentru istoria universală. Epoca modernă, V. I., (1640-1848)*,
9. GAILLARD, Jean-M. *Istoria continentului European: de la 1850 până la sfârșitul sec. al XX-lea*. Chișinău, 2001
10. PĂDUREAC, L. *Istoria dreptului. Prelegeri, documente, laboratoare*. Bălți, 2006
11. UDALTOVA, Z.; KARPOV, S. *Istoria evului mediu. v.1-2*, Chișinău, 1992

VII. Metode didactice folosite

Prelegerea, explicația, dezbaterile, studiul de caz, problematizarea, simularea de situații, studiul bibliografiei.

VIII. Evaluare

Pre-condiții		participare și efectuarea tuturor activităților de laborator	
		Modalități și mijloace de evaluare	Procent din nota finală
Evaluare finală:		Examen scris (test)	40%
Evaluare curentă	Seminar	Evaluare curentă (test)	60%
	Laborator		
	Teza de an		



FIȘA UNITĂȚII DE CURS CONSTRUCȚIE EUROPEANĂ

Universitatea de Stat “Alecu Russo” din Bălți		Denumire unității de curs	
Facultatea	Științe Reale, Economice și ale Mediului	Construcție europeană	
Catedra	Științe socioumane și asistența socială		
Domeniul general de studiu	Științe economice	Categoria disciplinei U	Semestrul 2
Domeniul de formare profesională la ciclul I	0414Marketing și logistică	Codul disciplinei U.02.A.011	
Denumirea specialității	0414.1 Marketing și logistică	Tipul unității de curs A	

I. Structură disciplină

Număr de ore/săptămână				Credite	Total ore/ Semestru ⁴	Total ore de activitate individuală ⁵	Forma de evaluare (C/Exs/Exo/Eec/T) ⁶	Limba de predare
Curs	Sem.	Lab.	Proiect	4	120	60	Exs	Româna
2	2		-					

II. Personal didactic

	Gradul didactic	Titlul științific	Prenumele și numele	Încadrarea (titular/cumul)
Curs	Conf. univ.	Dr.	Pădureac Lidia	titular
Seminar	Conf.univ.	Dr.	Pădureac Lidia	
Laborator				

III. Precondiții de accesare a disciplinei (se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior)

Istoria universală, Filosofia

IV. Competențe dezvoltate în cadrul cursului:

CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională.

CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională.

CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe.

CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.

V. Competențe profesionale și transversale

- Operarea cu fundamentele științifice ale construcției europene și utilizarea acestor noțiuni;
- Identificarea, analiza, aprecierea critică a relațiilor de cauzalitate și interdependență dintre diferite evenimente, procese, fenomene naționale și universale;
- Valorificarea informațiilor, vizând varii contexte socio-umane și de identitate culturală.
- Executarea responsabilă a sarcinilor profesionale, în condiții de autonomie restrânsă și asistență calificată;
- Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate;
- Conștientizarea nevoii de formare continuă; utilizarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare, pentru dezvoltarea personală și profesională.

V. Tematica disciplinei



Curs	Ideea unificării Europei în retrospectiva istoriei; Consiliul Europei – fundament și garant al democrației; Primele forme ale Comunității Europene; Etapele extinderii Comunității Europene; Importanța Tratatului de la Maastricht; Extinderea estică a Uniunii Europene; Instituțiile principale ale Uniunii Europene; Tratatul Constituțional European; Dezbateri identitare în procesul construcției europene; Generalități în procesul integrării europene; Dezvoltarea multi-culturală în UE; Republica Moldova și relațiile ei cu Uniunea Europeană.
Seminar	Premisele unificării europene (1945 - 1950) Consiliul Europei – garant al democrației liberale Crearea Comunității Economice Europene (1951 - 1957) Etapele extinderii Comunității Europene. Tratatului de la Maastricht Extinderea estică a Uniunii Europene Caracteristica Instituțiilor Uniunii Europene Tratatul Constituțional European Tradiționalism și modernism cultural în Uniunea Europeană Dezbateri identitare în procesul de integrare europeană Republica Moldova și Uniunea Europeană

VI. Bibliografie minimală obligatorie⁷

1. ENCIU, N. *Construcția Europeană (1945-2007)* Curs universitar. Chișinău, 2007.
2. PÂRÂTU, Sava. *Construcție culturală europeană*. Oradea, 2014.
3. RĂILEAN, V.; BORȘ, V.; STUDIONOV, C. *Integrarea economică europeană*. Chișinău, 2001.
4. SAVU, Dana –Victoria. *Integrarea Europeană: dimensiuni și perspective*. București, 1996.

VII. Metode didactice folosite

Prelegerea, explicația, studiul de caz, problematizarea, simularea de situații, dezbateri în cadrul seminarelor, comunicări, conferințe etc.

VIII. Evaluare

Pre-condiții		Obținerea a cel puțin patru note la seminare	
		Modalități și mijloace de evaluare	Procent din nota finală
Evaluare finală:		Examen scris (test)	40%
Evaluare curentă	Seminar	Participare activă, comunicări etc.	60%
	Laborator	-	
	Teza de an	-	



FIȘA MODULULUI STATISTICA:
1. BAZELE STATISTICII, 2. STATISTICA ECONOMICĂ

Codul unității de curs/ modulului în programul de studii: F.02.O.012
Codul și denumirea domeniului general de studiu: 041 Științe economice
Tipul programului: licența
Denumirea programului: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea și catedra responsabilă: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului, Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul I, semestrul 2
Titularul: Movilă Irina
Descriere succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii: Modulul Statistica cuprinde două unități de curs 1. Bazele statisticii și 2. Statistica economică. Studiarea acestui curs se bazează pe cunoștințele acumulate de la disciplinele „Teorie economică I”, „Teorie economică II”, „Matematica aplicată”, „Principiile economiei de piață”, iar scopul modulului „Statistica” constă în însușirea de către studenți a celor mai importante și mai actuale probleme ale statisticii.
Competențe prealabile: - cunoașterea principalelor concepte și teorii economice și dezvoltarea capacității de înțelegere și utilizare a acestora; - înțelegerea rolului și importanței statisticii în activitatea economică; - dezvoltarea abilităților în vederea analizei fenomenelor social-economice din punct de vedere statistic.
Competențe dezvoltate: <i>Competențe profesionale:</i> CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piald pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor.
Finalități de studii: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să analizeze fenomenele social-economice din punct de vedere statistic; - să utilizeze metode statistice în prelucrarea datelor din activitatea profesională; - să aplice cunoștințele și abilitățile acumulate în situații specifice.
Unități de învățare: Statistica și rolul ei în cunoașterea fenomenelor și proceselor economice. Observarea și prelucrarea datelor statistice. Indicatori statistici: absolute și relative. Seriile de distribuție a frecvențelor. Seriile cronologice. Indici statistici. Sistemul de indicatori al statisticii economice. Statistica populației și nivelului de trai al populației. Indicatorii statistici ai potențialului economic. Statistica fondurilor fixe de producție. Statistica resurselor umane. Statistica productivității și retribuiri muncii. Statistica consumurilor și cheltuielilor. Statistica resurselor materiale.
Strategii didactice: Prelegerea, prelegerea-discuție, prelegerea cu caracter problematic, seminarul cu utilizarea mesei rotunde, seminar cu folosirea metodei analizei situațiilor concrete, metode intuitive de învățare creativă (brainstorming, discuție Panel, problematizarea, metoda cazului).
Strategii de evaluare: Teste grilă, jocuri de concepte, lucrări de control, examen.
Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.
Bibliografie 1. JABA E. <i>Statistica. Ediția a treia</i> (revizuită și adăugită), București, Editura Economică, 2002. 488 p. 2. BEGU L.-S.; TUȘA E. <i>Statistica teoretică și economică</i> / www.ase.ro/ biblioteca digitală 3. HAPENCIUC V. <i>Statistică. Curs pentru învățământ la distanță</i> . Suceava, Universitatea „Ștefan cel Mare”,



- 2007.
4. COLIBABĂ D. *Metode statistice avansate de cercetare a pieței*. București, Editura ASE, 2000.
 5. JABA E.; PINTILESCU C. *Statistica. Teste grilă și probleme, Ediția a II-a revăzută*. Iași, Editura Sedcom Libris-Iași, 2007. 422 p.
 6. JABA E. *Statistică*. București, Editura Economică, 2000.
 7. ISAIC-MANIU A.; MITRUT C.; VOINEAGU V. *Statistica afacerilor*. /www.ase.ro/ biblioteca digitală
 8. MIHĂILESCU N. *Statistica*. București, Editura Victor, 2005.
 9. NICULESCU I.; GRĂDINARU G. *Analiza statistică a activității economice a întreprinderii*. București, Editura ASE, 2001.
 10. LILEA E., *Statistica pentru economiști*. București, Editura Economică, 2010.
 11. NEGOESCU Gh.; RADU R.-I. *Elemente de statistică macro și microeconomică*. Galați, Editura Fundația Academică, 2000.
 12. NEGOESCU Gh.; CIOBANU C.-A.; OPAIȚ G. *Statistică. Sintează și aplicații*. Brăila, Editura Evrica, 2000.
 13. MOVILĂ I. *Statistica teoretică și economică. Manual pentru studenții profilului economic*. Bălți, Presa universitară bălțeană, 2015. 246 p.
 14. MOVILĂ I. *Statistica teoretică și economică. Teste și probleme*. Bălți, Presa universitară bălțeană, 2016. 108 p.
 15. PUIU T. *Statistică. Note de curs*. Bacău, Universitatea George Bacovia, 2005.
 16. PENȚIA D. *Metodologia cercetării. Statistică aplicată*. Timișoara, Editura Mirton, 2007.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS TEORIE ECONOMICĂ I

Codul cursului în programul de studii: F.02.O.013
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul I, semestrul 2
Titular de curs: Trusevici Alla dr., conf. univ.
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Unitatea de curs „Teoria Economică-I” are menirea de a aprofunda inițierea studenților în bazele economiei de piață și reprezintă unul din elementele constitutive ale ciclului disciplinelor fundamentale. Unitatea de curs mărește fixarea noțiunilor fundamentale de microeconomie, în baza cărora la studenți se va forma o imagine adecvată cu privire la esența și evoluția economiei. Cunoștințele din cadrul acestei unități de curs anticipează studierea problemelor ce țin de activitatea economică la nivel de agenți economici (consumator, producător, firmă). Ea se constituie ca parte distinctă și indispensabilă a teoriei economice generale, urmărind să se focalizeze asupra comportamentului agenților economici în dubla lor calitate de consumatori și producători de bunuri, la nivel microeconomic. Unitatea de curs are drept scop formarea viziunii asupra economiei ca un sistem integru complex și constituie baza formării unui specialist în domeniul economiei în condițiile actuale. Scopul unității de cursului „Teoria Economică-I” este însușirea algoritmului funcționării și dezvoltării economiei și interdependența ei cu alte procese și instituții sociale, ceea ce le va permite studenților de a analiza situația reală din practica economică, de a lua decizii corecte și de a avea un comportament rațional.
Competențe prealabile: Studenții trebuie să posede cunoștințe, capacități și competențe dezvoltate în cadrul unităților de curs: „Principiile economiei de piață”, „Matematica economică”.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: <i>Competențe profesionale:</i> CP1. Operarea cu fundamentele științifice în sfera economiei, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP4. Argumentarea deciziilor în sfera economiei pe probleme concrete utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. <i>Competențe transversale:</i> CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să descrie esența și conținutul conceptelor microeconomice; - să analizeze fenomenele economice privite din perspectiva micro, adică la nivelul agentului economic, atât în calitate sa de producător, cât și de consumator de bunuri; - să realizeze un studiu economic comparat; - să formeze deprinderi de calcul și utilizare a întregului aparat științifico-matematic; - să evalueze importanța practică a efectelor microeconomice pentru economia națională.



Teme de bază:

Introducere în analiza microeconomică. Mecanismul pieței. Cererea și oferta. Echilibrul pieței. Conceptul elasticității cererii și a ofertei. Alegerea consumatorului. Alegerea producătorului. Costurile de producție și rentabilitatea. Existența echilibrului economic și comportamentul firmei în condiții de competiție perfectă. Existența echilibrului economic în condiții de competiție imperfectă. Teoria jocurilor. Piața factorilor de producție și veniturile factoriale. Risc și incertitudine. Efecte externe și bunurile publice

Strategii de predare-învățare:

Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbaterile, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, studii de caz, rezolvarea problemelor.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminare și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$,

unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. ANGELESCU, C.; CIUCUR, D. *Economie: aplicații*, București: Ed. Economică, 2003, 375p.
2. BABII, L.; TRUSEVICI, A. *Micro-,macroeconomie: teorii și aplicații (parte I)*, Chișinău: Ed. ARC, 2004, 191p.
3. BUCOS T.; BARBĂNEAGRĂ, O. *Teorie economică*. Ed. ASEM, Chișinău, 2013, 236p.
4. FILIP, N.; SOROCEAN, O. *Teorie economică*. Chișinău: 2009 (Tipografia „Primex Com” SRL)-364 p.
5. HĂMURAR, M.; ȚĂRUȘ, V.; CAPSÎZU, V. *Teorie economică. Microeconomie*. Chișinău: Ed. ASEM, 2010, 280 p.
6. MOLDOVANU, D. *Curs de teorie economică*. Chișinău: Ed. ARC, Chișinău, 2006, 428p.
7. TRUSEVICI, A.; BRANAȘCO N. *Culegere de teste și probleme pentru lecții practice la disciplina Teoria economică*. Bălți: Ed. Tipografia universitară bălțeană, 2010, 81 p.
8. TRUSEVICI, A.; BRANAȘCO N. *Indicații metodice pentru lecții practice la disciplina Teoria economică*. Bălți: Ed. Tipografia universitară bălțeană, 2010, 85 p.
9. Сорочан, О. *Экономическая теория: курс лекций*. Chișinău: Tipografia Primex-Com SRL, 2009. 327 p.

Bibliografie opțională:

1. CHIRCĂ, S. *Evoluția reformelor economice*. Chișinău: Ed. Litera, 2000, 110 p.
2. DUDIAN, M. *Bazele economiei*. București: Ed. All Beck, 2001, 124p.
3. GANCIUCOV, V. *Căile de dezvoltare a economiei naționale*. Chișinău: Ed. ASEM, 2003, 48 p.
4. NISTOR, I. *Bazele economiei*. București: Ed. All Beck, 2001, 98p.
5. NUREEV, R. *Culegere de probleme la microeconomie*. Moscova: Ed. ИИФРА-М, 2003, 173p.
6. NUREEV, R. *Curs de microeconomie*. Moscova: Ed. ИИФРА-М, 2008, 263p.
7. OPRESCU, GH. *Microeconomie. Macroeconomie*. București: Ed. Economică, 2000. 459 p.
8. SAMUELSON, P. *Economie politică*. București: Ed. Teora, 2001, 944 p.
9. ZBÂRCIOG, V. *Coordonata microeconomică a vieții umane: probleme, soluții*. – Chișinău: Ed. Știința, 2001, 208 p.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS
MERCEOLOGIA ALIMENTARĂ ȘI
SECURITATEA CONSUMATORULUI

Codul cursului în programul de studii: F.02.O.014
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice.
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea /catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul I, semestrul 2
Titular de curs: Slutu Rodica dr. lector univ. Chiseliov Lilia asist. univ.
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Cursul „Merceologia alimentară și securitatea consumatorului” are drept scop formarea specialistului capabil să abordeze tehnicile și instrumentele referitoare la calitatea mărfurilor alimentare, factorilor de determinare a calității mărfurilor alimentare, să cunoască standardele de certificare a mărfurilor alimentare. Un manager competitiv trebuie să cunoască nivelul calității produsului, procedeele, procesele și ce instrumente trebuie de folosit în auditul calității. Pentru însușirea obiectului dat, drept bază le servesc cunoștințele câpătate la disciplina „Fundamentele științei mărfurilor”.
Competențe prealabile: - cunoașterea conceptelor de bază ale Merceologiei alimentare și securitatea consumatorului, precum: a calității, metodelor de determinare a calității, clasificarea mărfurilor după grupele clasice etc; - determinarea calității mărfurilor alimentare după metoda scării de punctaj; - capacitatea de a relata explicit, oral și în scris, conținuturile teoretice ale disciplinei și rezultatele cercetărilor efectuate; - documentarea, selectarea, organizarea și cercetarea a informațiilor necesare pentru studierea acestui curs.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP2.Explicarea și interpretarea modelelor folosite pentru rezolvarea unor situații-problemă concrete asociate domeniului profesional; CP4.Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea diferitelor tipuri de raționamente economico-manageriale pentru argumentarea deciziilor de marketing și logistică; CT2. Identificarea corectă a rolurilor și responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor/principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipă; CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să identifice conceptele de bază cu privire la marfă, produse finite, clasificarea mărfurilor, metode de determinare a calității; - să analizeze calitatea mărfurilor alimentare după metoda organoleptică, interdependența dintre competitivitatea produselor și calitatea acestora; - să realizeze un studiu a factorilor de influență asupra grupelor de mărfuri alimentare; - să-și formeze deprinderi de a identifica calitatea produselor alimentare prin metoda organoleptică pe piață;
Teme de bază: Merceologia produselor alimentare în relație cu piața și noile politici alimentare nutriționale.



Strategii actuale în domeniul calității și siguranței alimentelor. Caracteristicile calității produselor alimentare. Compoziția chimică și rolul ei în stabilirea calității produselor alimentare. Clasificarea mărfurilor alimentare. Cerealele, leguminoase boabe și produse rezultate din prelucrarea lor. Legume, fructe și produse obținute prin prelucrarea lor. Produse zaharoase. Produse gustative. Grăsimi alimentare. Carnea și produsele din carne. Laptele și produsele lactate. Caracteristica merceologică a ouălor. Conservarea produselor alimentare. Ambalarea și etichetarea produselor alimentare.

Strategii de predare-învățare:

Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluarea curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, eseu:

Caracteristica merceologică și comercială a fructelor și legumelor uscate, congelate. Clasificarea mărfurilor gustative, caracteristica merceologică și comercială. Caracteristica merceologică și comercială a băuturilor slabalcoolice. **Studiu de caz:** Determinare calității produselor prin metoda scării de punctaj.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$,

unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. DOMNICA, M. *Merceologia produselor*. Sibiu: Editura Alma Mater, 2009
2. PASCU, E.; PARAIA, E.; STANCIU, I. *Fundamentele științei mărfurilor*. București: Editura Universitară 2012

Bibliografie opțională:

3. ATANASE, A., PURCAREA, A. *Metode de analiză a mărfurilor*. București: Editura Matrix Rom, 2005
4. BOLOGA, N.; BURDA, A. *Merceologia alimentară*. București: Editura Oscar Print, 2008
- PASCU, E.; PARAIA, E.; STANCIU, I. *Fundamentele științei mărfurilor*. București: Editura Universitară 2012
5. VASILE, D. *Protecția drepturilor și intereselor consumatorilor*. Buzău: Editura Alpha 2001



FIȘA UNITĂȚII DE CURS FUNDAMENTELE MANAGEMENTULUI ORGANIZAȚIEI I

Codul cursului în programul de studii: S.02.O.115
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul I, semestrul 2
Titular de curs: conf. univ., dr., Carolina TCACI
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Cursul „Fundamentele managementului organizației I” are drept scop formarea specialistului capabil să abordeze esența managementului, evoluția conceptuală a managementului, abordările managementului, metodele de cercetare în management, tangența managementului cu alte științe, funcțiile manageriale, metodele de conducere, stilurile de conducere, conflictul, deciziile de conducere etc. Pentru însușirea unității de curs drept bază servesc abilitățile formate la așa discipline ca Teoria economică I, Economia întreprinderii etc.
Competențe prealabile: Posedarea, prealabil, la nivel teoretic și aplicativ a competențelor în domeniul teoriei economice (principiilor economiei de piață, macroeconomiei, microeconomiei, finanțelor, monedei și creditului etc.), după cum urmează: definirea, interpretarea și analiza legilor, a legităților și a fenomenelor economice și financiare; identificarea tipurilor de întreprinderi și a mecanismului economic de funcționare a organizației economice.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipă. CT3. Autoevaluarea obiectivă a nevoii de formare profesională continuă în vederea adaptării competențelor profesionale și manageriale la dinamica domeniului și la exigențele pieței de muncă.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să definească organizația, tipologia și caracteristicile sale generale; organizarea ca proces și ca structură, precum și tipurile de structuri organizatorice; - să analizeze comparativ metodele de cercetare în management, avantajele și dezavantajele acestora; - să elaboreze Regulamentul intern, Regulamentul privind activitatea subdiviziunii și Fișa de post; - să aplice diferite teorii în procesul de motivare, precum și metodele economice, administrative și social-psihologice de conducere în adoptarea deciziilor de conducere; - să coreleze stilul de conducere cu metodele de conducere, cu motivarea, cu metodele de adoptare a deciziilor, cu metodele de soluționare a conflictului.
Teme de bază:



Esența și conținutul managementului; Evoluția conceptuală a managementului; Organizația, managerii, rolurile și nivelele de conducere; Sistemul și funcțiile de conducere în organizație; Funcția de motivare în conducere; Metodele de conducere; Stilurile de conducere; Conflictul în management; Decizii de conducere.

Strategii didactice: expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbaterile, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, studiu de caz „Proiectarea sistemului de conducere al companiei”, rezolvarea problemelor.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie:

1. BURLACU, N.; COJOCARU, V. *Management*. Chișinău: Ed. A.S.E.M., 2000. 338 p.
2. BURDUȘ, E.; CĂPRĂRESCU, G. *Fundamentele managementului organizației*. București: Ed. Economică, 2007. 253 p. – ISBN 973-590-209-5
3. DUMITRAȘCU, V. *Fundamentele managementului organizației. O abordare comportamentalistă*. Iași: Sedcom Libris, 2008. 252 p. – ISBN 978-973-670-263-1
4. NICOLESCU, O. *Managementul organizației*. București: Ed. Economică, 2007. 646 p. – ISBN 978-973-709-343-1
5. NICOLESCU, O. *Sisteme, metode și tehnici manageriale ale organizației*. București: Ed. Economică, 2000. 528 p. ISBN 973-590-241-9
6. POPESCU, D. *Managementul general al firmei*. Craiova: Universitaria, 2007. 319 p. – ISBN 978 -973-742-814-1



FIȘA UNITĂȚII DE CURS INSTRUMENTE SOFTWARE PENTRU AFACERI

Denumirea disciplinei				INSTRUMENTE SOFTWARE PENTRU AFACERI				Cod F.02.O.116
Anul de studiu		1		Semestrul	2	Statutul disciplinei (FUNDAMENTALĂ, OBLIGATORIE)		F
Numărul orelor pe săptămână				Total ore semestru	Total ore activitate individuală	Număr de credite	Tipul de evaluare (M-mixt)	LIMBA DE PREDARE
C	S	L		90	45	3	Test electronic	RO
0	0	3						
Titularul disciplinei			Gradul didactic și științific, prenumele, numele				CATEDRA	
			LECT. SUP. UNIV. OCTAVIAN COZNIUC				MATEMATICĂ ȘI INFORMATICĂ	
Competențe prealabile			Studierea disciplinei „Instrumente software pentru afaceri” se bazează pe cunoștințele, capacitățile și competențele dezvoltate în cadrul disciplinei „Tehnologii Informaționale”: Gestionarea datelor în sistemul de operare; Procesarea documentelor folosind Microsoft Office Word; Procesarea tabelelor folosind Microsoft Office Excel.					
COMPETENȚE DEZVOLTATE ÎN CADRUL CURSULUI			CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.					
FINALITĂȚILE CURSULUI			La finele studierii disciplinei, studentul va fi capabil: să proiecteze o bază de date în modelul Entitate-Atribut-Relație și în modelul relațional pentru o întreprindere; să utilizeze sistemul Microsoft Office Access în elaborarea și dezvoltarea aplicațiilor; să utilizeze sistemul 1C-Enterprise în elaborarea și dezvoltarea aplicațiilor; să cunoască și să utilizeze limbajul SQL pentru selectarea și actualizarea datelor.					
Tematica laboratoarelor			1. Proiectarea bazelor de date; 2. Sistemul Microsoft Office Access; 3. Sistemul 1C-Enterprise; 4. Limbajul SQL.					
STUDIUL INDIVIDUAL			Elaborarea proiectelor bazelor de date pentru diferite activități economice conform CAEM. Elaborarea aplicațiilor folosind 1C-Enterprise și Microsoft Office Access.					
METODE DE INSTRUIRE			Metode activ-participative: implicarea studentului în procesul de predare, discuția, dialogul, rezolvarea de situații problematice, activități pe microgrupuri, analiza SWOT.					
Evaluare			examen E		40% evaluare			
			condiții		60% evaluare pe parcursul orelor			
			formula notei finale		60% media reușitei curente + 40% nota de la examen			
Bibliografie			AIRINEI, D., <i>Instrumente software pentru afaceri. Aplicații practice</i> . Iași: Sedcom Libris, 2010, 380 p. LUNGU, I., <i>Baze de date: Organizare, proiectare și implementare</i> . București: Editura All, 1995, 354 p. FLORESCU, V., <i>Baze de date: Fundamente teoretice și practice</i> . București: Infomega, 2002, 548p. FLORESCU, V., <i>Baze de date: Concepte prin normalizare dezvoltare și utilizare folosind Microsoft Access, Interogare în SQL</i> . București: Editura Economică, 1999, 352p. RADCENCO, M. <i>1C: Предприятие практическое пособие разработчика. Примеры и типовые примеры</i> . 1C-Паблишинг, 2004, 660стр. PASCU, C. <i>Totul despre SQL: Interogarea bazelor de date</i> . Bucuresti: Editura Tehnică, 1994, 159p.					



FIȘA UNITĂȚII DE CURS
FILOSOFIA.
PROBLEME FILOSOFICE ALE DOMENIULUI

Codul cursului în programul de studii: U.03.A.018
Domeniul de formare profesională: 0414Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe socioumane și asistență socială
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul II, semestrul 3
Titular de curs: drd. asist.univ. Olga Jacota-Dragan
Descriere succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii. Probleme filosofice ale domeniului, este un curs universitar interdisciplinar format în baza unui modul (Filozofia 30P/15S ore, Probleme filosofice ale domeniului 15P/15S ore) care are ca scop, formarea unei viziuni integre, privind abordările filosofice ale problemelor economice pe parcursul istoriei omenirii. Viitorii specialiști în domeniul științelor economice vor examina momente importante privind geneza, evoluția și semnificația filosofică a muncii; vor valorifica importanța globalizării; vor analiza problemele globale ale contemporaneității, tendințele din sfera economică a secolului XXI; vor identifica rolul forțelor motrice în dezvoltarea sferei economice; vor fi puse în discuție elementele fundamentale, particularitățile și probleme de interacțiune dintre politica, economia și filosofia, interacțiunea sferei economice cu alte direcții a cunoștințelor filosofice.
Competențe prealabile: - să fie familiarizați cu noțiuni fundamentale din istorie, istoria filosofiei, domeniile reflecției filosofice. - să posede cunoștințe privind starea economică actuală din lume.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: - să determine cauzele principale ale apariției și dezvoltării gândirii filosofice a sferei economice și să analizeze premisele social-economice și intelectuale ale dezvoltării filosofiei contemporane; - să explice teoriile contemporane despre autodezvoltarea și autoorganizarea lumii; - să interpreteze procesul istorico-filosofic de apariție și dezvoltare a sferei economice și să analizeze problemele globale ale contemporaneității.
Teme de bază: Filosofia - concepție despre lume și modalitatea de gândire. Etapele istorice de dezvoltare ale filosofiei: perioada antică. Etapele istorice de dezvoltare ale filosofiei: perioada medievală și renesanțistă. Etapele istorice de dezvoltare ale filosofiei: perioada modernă. Sfera economică a vieții sociale. Școlile științei economice. Filosofia economiei: instituționalismul. Piața și specula. Forțele motrice ale dezvoltării societății. Tendințele dezvoltării societății în sec. XXI.
Strategii de predare-învățare: explicația, conversația, dialogul; analiza, descoperirea, învățarea prin cooperare, problematizarea, cercetarea individuală
Strategii de evaluare: Evaluarea disciplinei se efectuează în baza lucrului individual, a evaluărilor curente și a testării la examenul final. Evaluarea finală se promovează sub forma unui bilet de examinare. (formula de evaluare 60 % sem. + 40% ex.)
Bibliografie Obligatorie: CAPCELEA, V. <i>Filosofia socială</i>. Chișinău. 2009 DERGACIOV, L., RUMLEANSCHI, P., ROȘCA, L. <i>Filosofia</i>. Chișinău, 2002; PUHA, E. <i>Filosofie: concepte, domenii, probleme</i>. Iași, 1996; Opțională: SOLCAN, Mihail-Radu, <i>Arta răului cel mai mic. Introducere în filosofia politică</i>, Ed. All 1998; SOLCAN, Mihail Radu, <i>Teoria generală a instituțiilor</i>, O foarte scurtă trecere în revista, Buc. 2006 COASE, Ronald, <i>The Problem of Social Cost</i> [Journal of Law and Economics, octombrie 1960].



FIȘA UNITĂȚII DE CURS FILOSOFIA ȘI ISTORIA ȘTIINȚEI

Codul cursului în programul de studii: U.03.A.019
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Științe socioumane și asistența socială
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul II, semestrul III
Titular de curs: drd. asist.univ. Olga Jacota-Dragan
Descriere succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii. Filosofia și istoria științei este un curs universitar, ce are ca scop formarea unei viziuni integrale a viitorilor specialiști în domeniul economiei și a turismului, atât din perspectiva istorică cât și cea metodologică privind problema cunoașterii științifice. Analiza concepțiilor filosofice și istoriei științei, caracteristicilor cunoașterii științifice, ipotezelor acestora, vor dezvolta la studenți capacitate și abilități de identificare și explicare a rolului științei în dezvoltarea societății. Viitorii specialiști își vor forma o sinteză privind procesul prin care știința explică, prognozează, valorifică cunoștințele și mijloacele de verificare a validității afirmațiilor.
Competențe prealabile: Pentru a se înscrie la unitatea de curs Filosofia și istoria științei, studenții trebuie să aibă cunoștințe din Istoria universală; să dețină competențe privind studiul surselor bibliografice; organizarea informației în prezentări Power Point; capacitatea de analiză, comparare, deducție, sinteza informației.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: Analiza din perspectiva istorică și metodologică a problemei cunoașterii științifice; - Explicarea problemelor privind geneza, evoluția, natura ipotezelor și conceptelor științifice; - Cunoașterea procesului prin care știința explică, prognozează, valorifică cunoștințele și mijloacele de verificare a validității afirmațiilor; - Cunoașterea, formularea și utilizarea metodelor filosofice și științifice; - Compararea și clasificarea teoriilor științifice.
Teme de bază: în cadrul cursului sunt studiate următoarele probleme: Specificul cunoașterii științifice; Structura și funcțiile teoriei științifice; Istoria științei; Tipuri istorice de știință; Revoluția științifică; Teorii filosofice ale cunoașterii științifice; Obiectivele filosofice ale cunoașterii științifice; Probleme filosofice fundamentale ale teoriei cunoașterii; Dialectica procesului cunoașterii; Teoria adevărului; Sursele cunoașterii științifice; Știința versus pseudo-știința: o problemă actuală; Etica științei; Perspective științifice contemporane.
Strategii de predare-învățare: explicația, conversația, dialogul; analiza, descoperirea, învățarea prin cooperare, problematizarea, cercetarea individuală
Strategii de evaluare: comunicări verbale, test, rezumatul, comentariul, mini-eseuri
Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.
Bibliografie Obligatorie: 1. FLONTA, M. <i>Imagini ale Științei</i> . București: Editura Academiei Române, 1994; 2. GODFREY-SMITH, P. <i>Filosofia Științei - o introducere critică în teoriile modern</i> . București: Editura Herald, 2012 3. FLONTA, M., STOENESCU, C., ȘTEFANOV, Gh. <i>Teoria cunoașterii Teme/Texte/Literatura</i> . București: Editura Universității, 1999 4. PUHA, E. <i>Filosofie: concepte, domenii, probleme</i> . Iași, 1996; 5. CAPCELEA, V. <i>Filosofie. Manual pentru școala superioară</i> . Chișinău. 2011.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS
MERCEOLOGIE NEALIMENTARĂ ȘI
SIGURANȚA UTILIZATORULUI

Codul cursului în programul de studii: F.03.O.120
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice.
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea /catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul II, semestrul 3
Titular de curs: Slutu Rodica dr. lector. univ.
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Cursul „Merceologia nealimentară și siguranța utilizatorului” are drept scop formarea specialistului capabil să abordeze tehnicile și instrumentele referitoare la calitatea mărfurilor nealimentare, factorilor de determinare a calității mărfurilor nealimentare, să cunoască standardele de certificare a mărfurilor nealimentare. Un manager competitiv trebuie să cunoască calitatea produsului, procedeele, procesele și instrumentelor de determinare a calității. Pentru însușirea obiectului dat, drept bază le servesc cunoștințele căpătate la disciplina „Fundamentele științei mărfurilor”.
Competențe prealabile: - cunoașterea conceptelor de bază ale Merceologiei nealimentare și siguranța utilizatorului, precum: a calității, metodelor de determinare a calității, clasificarea mărfurilor după grupele clasice etc; - determinarea calității mărfurilor nealimentare după metoda organoleptică; - capacitatea de a relata explicit, oral și în scris, conținuturile teoretice ale disciplinei și rezultatele cercetărilor efectuate; - documentarea, selectarea, organizarea și cercetarea a informațiilor necesare pentru studierea acestui curs.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP2. Identificarea tipurilor de mărfuri, a structurii lor și a proceselor de obținere; CP3. Descrierea etapelor de obținere și analiza operațiilor tehnologice; CT4. Descrierea teoriilor, metodelor și principiilor fundamentale ale raționamentelor merceologiei mărfurilor; CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor de raționare eficientă în procesul lucrului în echipă; CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să identifice criteriile de clasificare a mărfurilor nealimentare, sortimentului acestora, precum și a metodelor de determinare a calității lor; - să analizeze calitatea mărfurilor nealimentare după metoda organoleptică, interdependența dintre competitivitatea produselor pe piață și calitatea acestora; - să realizeze un studiu a factorilor de influență asupra calității mărfurilor nealimentare; - să-și formeze deprinderi de a identifica calitatea produselor nealimentare prin metoda organoleptică pe piață;
Teme de bază: Locul produselor textile în comerț. Calitatea și sortimentul fibrelor textile în produsele finite. Firele



textile. Țesăturile textile. Tricoturile. Produsele obținute din lemn. Produsele din lemn. Calitatea și sortimentul semifabricatelor brute și ameliorate din lemn. Mărfurile din sticlă. Mărfurile din ceramică. Mărfurile electrice: electrotehnice și electrocasnice. Mărfurile din piele și înlocuitori. Mărfuri chimice și cosmetice.

Strategii de predare-învățare: Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbaterile, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluarea curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, eseu: Defectele mărfurilor din sticlă și cauzele apariției lor. Verificarea calității și încadrarea produselor ceramice pe clase de calitate. Simbolizarea internațională privind modul de întreținere a confecțiilor textile. **Studiu de caz:** Determinare calității mărfurilor nealimentare prin metoda organoleptică, determinare naturii fibrei prin metoda arderii.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. SÂRBU, R. *Merceologie: Mărfuri industriale*. București: editura, ASE, 2002
2. STANCIU, Ion ș. a. *Merceologie. Calitatea și sortimentul mărfurilor nealimentare*. Ed. a III-a revăzută și îmbunătățită. București: editura, Oscar print, 2003
3. ȘERBULESCU, L. *Merceologia mărfurilor de import-export și expertiza merceologică*. București: editura, Fundației „România de Măine”, 2002.

Bibliografie opțională:

1. DOMNICA, M. *Merceologia produselor*. Sibiu: Editura Alma Mater, 2009
2. PASCU, E.; PARAIAN, E.; STANCIU, I. *Fundamentele științei mărfurilor*. București: Editura Universitară 2012
3. VASILE, D. *Protecția drepturilor și intereselor consumatorilor*. Buzău: Editura Alpha 2001



FIȘA UNITĂȚII DE CURS MARKETING

Codul cursului în programul de studii: S.03.O.121
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 6
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul II, semestrul 3
Titular de curs: Slutu Rodica dr. lector univ., Chiseliov lilia asist. univ.
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Un rol important în pregătirea specialiștilor din sfera de activitate economică, în dezvoltarea cunoștințelor, abilităților și aptitudinilor acestora revine studierii principiilor de marketing. Cursul <i>Marketing</i> este prevăzut de planul de învățământ care are ca scop formarea unei baze teoretico – economice, ce permite conștientizarea necesității studierii cursului pentru activitatea ulterioară, precum și oportunitatea asimilării și aprofundării cunoștințelor privind bazele teoretice ale marketingului – satisfacerea nevoilor de consum, maximizarea eficienței economice, de asemenea investigarea pieței și raportarea dinamică a întreprinderii la mediul socio-economic. Această disciplină urmează după un șir de alte discipline, care asigură pregătirea economică generală a viitorilor specialiști. Obiectivele principale ale cursului sunt familiarizarea studenților cu teoria și practica marketingului, care stă la baza pregătirii specialiștilor de înaltă calificare în domeniul economiei
Competențe prealabile: Studenții trebuie să posede cunoștințe, capacități și competențe dezvoltate în cadrul disciplinelor: „Teoria economică”, „Fundamentele managementului organizației”, „Bazele tehnologiei”, „Economia firmei”.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piața pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipă. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să definească noțiunea de marketing și funcțiile marketingului; - să formuleze principiile de bază ale marketingului; - să structureze într-un discurs cunoștințele despre evoluția marketingului; - să elaboreze strategii de marketing în organizație; - să cerceteze piața producătorului și a consumatorului; - să evalueze importanța practică a efectelor microeconomice pentru economia națională.
Teme de bază: Conceptul de marketing și funcțiile lui în economia de piață . Mediul de marketing. Piața în viziunea de marketing . Segmentarea pieței . Cercetarea de marketing . Comportamentul consumatorului . Politici de marketing. Politica de



produs în mixul de marketing . Politica de preț în mixul de marketing . Politica de distribuție. Politica de promovare . Organizarea activității de marketing. Structura organizatorică

Strategii de predare-învățare:

Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbaterile, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, studii de caz, rezolvarea problemelor.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. BĂLAN, C. *Cercetări de marketing: conținutul, rolul, tipologia și procesul cercetării de marketing*. București: Ed. ASE, 2000, 141p.
2. FLORESCU, C. *Marketing*. București: Ed. Marketer, 1992, 98p.
3. KOTLER, PH. *Managementul marketingului*. București: Ed. Teora, ed. a IV-a, 2010, 142p.
4. KOTLER, PH.; ARMSHONG, G. *Principiile marketingului*. București: Ed. Teora, ed. a III-a, 2004, 286p.
5. MUNTEANU, V. *Marketing pentru toți*. București: Ed. Meridianul 28, 2000, 248 p.
6. NEGRICEA, C. *Strategii de marketing online – soluții de succes pentru dezvoltarea și implementarea aplicațiilor de marketing online în activitatea organizației*. București: Ed. Universitară, 2010, 358p.
7. NICOLAI, M. *Publicitatea în activitatea de marketing*. Brăila: Ed. Evrica, 2000, 251p.
8. NIȚĂ, C.; Popescu, M. *Dicționar de marketing și de afaceri*. București: Ed. Economică, 2000, 365 p.
9. OLTEANU, V. *Management – Marketing*. București: Ed. ASE, 2007, 163p.
10. PETROVICI, S.; BELOSTECINIC, Gr. *Marketing*. Chișinău: Ed. Universitas, 1998, 377 p.
11. PÎNZARU, F. *Manual de marketing: principii clasice și practici actuale eficiente*. București: Ed. Universitară, 2013, 273p.

Bibliografie opțională:

1. BUDACIA, E. *Marketing. Concepte. Studii de caz. Teste de evaluare*, București: Ed. Economică, 2009, 86p.
2. CETINĂ, I.; BRANDABUR, R.; Constantinescu, M. *Marketingul Serviciilor. Teorie și aplicații*. București: Ed. Uranus, 2006, 136p.
3. GROSSECK, G. *Marketing și comunicare pe Internet*. Iași: Ed. Lumen, 2006, 481 p.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS FINANȚE PUBLICE

Codul unității de curs/ modulului în programul de studii: F.03.O.022
Codul și denumirea domeniului general de studiu: 041 Științe economice
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Facultatea și catedra responsabilă: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului, catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul II, semestrul 3
Titularul: dr., conf. univ. Postolache Victoria; lector univ. Cazac Iana
Descriere succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii: Unitatea de curs „Finanțe publice” atrage o atenție considerabilă asupra fenomenelor ce au loc într-un stat în domeniul finanțelor publice și este destinat studenților atât de la secția zi, cât și secția frecvență redusă. Studiarea acestui curs se bazează pe cunoștințele acumulate de la disciplinele „Principiile economiei de piață”, „Teorie economică”, oferind posibilitatea de a utiliza categoriile economico-financiare în viața cotidiană. Scopul cursului „Finanțe publice” constă în însușirea de către studenți a celor mai importante și mai actuale probleme ale finanțelor din domeniul public.
Competențe prealabile: - cunoașterea principalelor concepte și teorii din domeniul economiei și finanțelor publice și dezvoltarea capacității de înțelegere și utilizare a acestora; - înțelegerea rolului și importanței aspectelor legate de impozite și buget; - cunoașterea noțiunilor cheie din cursurile „Principiile economiei de piață”, „Teorie economică”; - evidențierea rolului statului în economie; - dezvoltarea abilităților în vederea elaborării de analize și studii în domeniu.
Competențe dezvoltate: <i>Competențe profesionale:</i> - CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, marketingului și logisticii precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. - CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. - CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. - CP4. Argumentarea deciziilor de conducere pe probleme concrete utilizând concepte, teorii și raționamente economice. - CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. - CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii: - să aplice conceptele, principiile, elementele, metodele și instrumentele de analiză în cazuri practice; - să cunoască și să analizeze indicatorii specifici de analiză la nivel de finanțe publice; - să selecteze datele privind finanțele publice folosind diverse baze de date; - să aplice prevederile politicii monetar-creditare și a celei bugetar-fiscale la nivel de finanțe publice în evaluarea cadrului macro-bugetar pe termen mediu; - să interpreteze datele și informațiile referitoare la problemele specifice finanțelor publice.
Unități de învățare: Conținutul și importanța finanțelor publice. Mecanismul financiar al statului. Politica financiară a statului. Procesul bugetar și bugetul de stat. Veniturile bugetului de stat. Sistemul cheltuielilor publice ale statului. Sistemul fiscal al statului. Coordonatele impozitelor directe și indirecte. Necesitatea și rolul creditului public pentru stat. Asigurarea și rolul ei în sistemul financiar al țării. Asigurarea socială și sursele ei. Datoria publică – concept, forme, indicatori de evaluare și metode de reducere. Finanțele publice locale.
Strategii didactice: Prelegerea, prelegerea-discuție, prelegerea cu caracter problematic, seminarul cu utilizarea mesei rotunde, seminar cu folosirea metodei analizei situațiilor concrete, metode intuitive de învățare creativă (brainstorming, discuție Panel, problematizarea, metoda cazului).
Strategii de evaluare: Teste grilă, lucrări de control, portofoliu, examen scris.
Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.
Bibliografie



Obligatorie:

1. Legea Republicii Moldova cu privire la finanțele publice și responsabilității bugetar-fiscale nr. 181 din 25.07.2014. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2014, nr. 223-230 din 08.08.2014
2. Legea Republicii Moldova cu privire la asigurări nr. 407-XVI din 21.12.2006. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2006, nr. 47-49/213 din 06.04.2007
3. Legea Republicii Moldova privind sistemul public de asigurări sociale nr. 489-XIV din 08.07.1999 În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2000, nr. 1-4 din 06.01.2000.
4. Legea Republicii Moldova cu privire la datoria publică, garanțiile de stat și recreditarea de stat nr. 419-XVI din 22 decembrie 2006. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2006, nr. 32-35 din 09.03. 2006
5. BOTNARI, N.; BAURCIULU, A. *Finanțe*. Ch.: ASEM, 2010, 325 p.
6. MANOLE, T. *Finanțe publice. Teorie și aplicații*. Ch.: Cartier, 2000. 264 p.
7. SECRIERU, A.; DRAGOMIR (ROTARU) L. *Ghidul Autorităților Publice Locale „Managementul Finanțelor Publice Locale”*. Ch.: Tipografia „Bons Offices”, 2016, 88 p.
8. SECRIERU, A. *Finanțe publice: Instrumente și mecanisme financiare de intervenție guvernamentală*. Ch.: Epigraf, 2004, 424 p.
9. SECRIERU, A. *Ghidul procesului bugetar al Republicii Moldova*. Ch.: Epigraf SRL, 2009.

Suplimentară:

1. Legea Republicii Moldova privind implementarea asigurărilor obligatorii de asistență medicală și la constituirea fondurilor de asigurări obligatorii de asistență medicală nr. 264-XV din 26.06.2003. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2003, nr. 134/537 din 01.07.2003.
2. Legea Republicii Moldova privind finanțele publice locale nr. 397 din 16.10.2003. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 1999, nr.248-253 din 19.12.2003.
3. COBZARI, L.; MANOLE T. *Metodologia planificării bugetare: elaborări de buget*. Ch.: ASEM, 2004, 231 p.
4. MOȘTEANU T. *Finanțe publice, Note de curs și aplicații pentru seminar*. ediția a III-a, revizuită, București: Editura Universitară, 2011. 455 p.
5. POPEANGĂ, Vasile. *Finanțe publice, vol. I, II*. Tîrgu Jiu: Ed. Academica Brâncuși, 2005, 225 p.
6. POSEA, Constantin. *Finanțe publice. Fiscalitate*. Sibiu: Ed. Psihomedica, 2007, 184 p.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS CONTABILITATE

Codul unității de curs în programul de studii: S.03.O.123
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea/catedra responsabilă: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: anul I, semestrul 1
Titularul: dr., conf. univ. N. Amarfii - Railean
Descriere succintă a corelării/integrării cu/în programul de studii: Unitatea de curs „Contabilitate” oferă o inițiere în contabilitatea entității economice, în ansamblul mijloacelor și procedeele pe care această știință le utilizează. Contribuind, astfel, la formarea deprinderilor de soluționare a aspectelor teoretice și practice privind contabilizarea și modul de întocmire a situațiilor financiare. Prezentul curs este axat pe obținerea cunoștințelor necesare cu privire la tehnica și logica contabilă, studiind obiectul, metoda, principiile și procedeele contabilității, în special reliefând rolul activelor, pasivelor, cheltuielilor, veniturilor, costurilor și modul lor de contabilizare. De asemenea studenții obțin cunoștințe despre principalele procedee ale metodei contabilității, precum sunt bilanțul, balanța de verificare, contul, dubla înregistrare, evaluarea și calcularea, inventarierea etc.
Competențe prealabile: Cursul respectiv reprezintă o inițiere în contabilitate și este destinat studenților care nu posedă studii anterioare de contabilitate. Studentul prealabil trebuie să posede la nivel teoretic și aplicativ competențe vizate în teoriile economice precum: - cunoașterea noțiunilor de mijloace economice, proces de producție, combinarea factorilor de producție, drepturi, obligații, produs, marfa, bani ș.a; - clasificarea factorilor de producție; - formulele și funcțiile banilor; - cunoașterea formelor organizatorico-juridice de desfășurare a activității de antreprenoriat pe teritoriul Republicii Moldova.
Competențe dezvoltate: CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP4. Argumentarea deciziilor de conducere pe probleme concrete utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CP5. Proiectarea activităților proprii ale specialistului în domeniu, utilizând cunoștințele acumulate în studierea unităților de curs fundamentale și de specialitate. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipă. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: - să utilizeze corect termenii specifici limbajului contabilității; - să definească conceptele de bază cu care operează contabilitatea; - să identifice legătura dintre procedeele metodei contabilității; - să utilizeze strategii creative pentru rezolvarea unor probleme teoretice și practice din domeniul contabilității; - să integreze cunoștințele acumulate în vederea contabilizării operațiilor economice, întocmirii corecte a documentelor contabile și a bilanțului în baza datelor furnizate.
Teme de bază: Noțiuni privind contabilitatea, funcțiile și principiile de bază ale contabilității. Obiectul și metoda de studiu a contabilității. Bilanțul contabil – element de bază a metodei contabilității. Sistemul de conturi și dubla înregistrare. Reprezentarea în contabilitate a principalelor operațiuni economico-financiare. Evaluarea și calculația ca procedee ale metodei contabilității. Documentația procedeu al metodei contabilității, premisă a imaginii fidele. Inventarierea și rolul acesteia în contabilitate. Organizarea contabilității. Situațiile Financiare



Anuale.

Strategii de predare-învățare:

Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor de laborator, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: teste pentru evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, prezentarea proiectelor de cercetare pe parcursul semestrului, test scris pentru evaluare finală.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografia obligatorie

1. Legea contabilității și raportării financiare nr. 287 din 15.12.2017. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2018, nr. 1-6. În: <http://lex.justice.md/md/373601/>;
2. Planul General de conturi contabile aprobat prin ordinul Ministerului Finanțelor al Republicii Moldova nr. 119 din 06.08.2013. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr 177 – 181 din 16.08.2013, cu modificările și completările în vigoare;
3. Standardele Naționale de Contabilitate, aprobate prin ordinul Ministerului Finanțelor al Republicii Moldova nr. 118 din 06.08.2013. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2013, nr 177-181 din 16.08.2013;
1. Ordinul Nr. 60 din 29.05.2012 cu privire la aprobarea Regulamentului privind inventarierea. [on-line] [citat 20.09 2018]. Disponibil: <http://lex.justice.md/md/344361/>;
2. GRIGOROI, L. *Bazele teoretice ale contabilității*. Chișinău: Cartier, 2003. 300 p. ISBN 9975-79-187-5;
3. GRIGOROI, L. *Bazele contabilității*. Chișinău: Cartier, 2012. 236 p.;
4. IONESCU, C. *Contabilitate : Bazele teoriei și practicii contabile*. Ed. a 2-a, rev. și adăugită. București: Ed. Fundației „România de Măine”, 2005. 352 p. ISBN 973-725-181-4;
5. ȚURCANU, V. *Bazele contabilității* : Man. pentru studenții de la inst. de învăț. superior cu profil economic. Chișinău: ASEM, 2004. 267 p. ISBN 9975-78-278-7.

Bibliografia suplimentară

1. CECHINA, E. *Caiet pentru lucrări paractice la disciplina Bazele contabilității*. Chișinău: ASEM, 2006;
2. GRIGOROI, L. *Contabilitatea întreprinderii*. Chișinău: Editura CARTIER, 2017. 608 p. ISBN 978-9975-79-703-0;
3. GRIGOROI, L. *Ghid la contabilitatea întreprinderii*. Chișinău: ASEM, 2009, 121p.;
4. LUȘMANSCHI, G., LISNIC, V., LAVRENCIUC, L. *Bazele contabilității: Culegere de aplicații și teste*. Chișinău: CEP USM, 2014. 224 p. ISBN 978-9975-71-601-7.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS TEORIE ECONOMICĂ II

Codul cursului în programul de studii: F.03.O.024
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul II, semestrul 3
Titular de curs: Trusevici Alla dr., conf.univ.
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Cursul „Teoria Economică-II” are menirea de a prelungi inițierea studenților în bazele economiei de piață și reprezintă unul din elementele constitutive ale ciclului disciplinelor fundamentale. Cursul urmărește fixarea noțiunilor fundamentale de macroeconomie, în baza cărora la studenți se va forma o imagine adecvată cu privire la esența și evoluția economiei. Cunoștințele din cadrul acestui curs anticipează studierea problemelor ce țin de activitatea economică la nivel de stat. Cursul dat reflectă teoriile și modelele macroeconomice de bază: ciclicitatea, șomajul, inflația, echilibrul general, economia deschisă, balanța de plăți externe. Este analizat rolul economic al statului și politicile economice-cheie: politica bugetară - fiscală, politica monetară – creditară, politica economică externă. El se constituie ca parte distinctă și indispensabilă a teoriei economice generale, urmărind să se focalizeze asupra comportamentului agenților economici agregați. Cursul are drept scop formarea viziunii asupra economiei ca despre un sistem integrat complex și constituie baza formării unui specialist în domeniul economiei în condițiile actuale. Scopul cursului „Teoria Economică-II” este însușirea algoritmului funcționării și dezvoltării economiei și interdependența ei cu alte procese și instituții sociale ceea ce le va permite studenților de a analiza situația reală din practica economică, de a lua decizii corecte și de a avea un comportament rațional.
Competențe prealabile: Studenții trebuie să posede cunoștințe, capacități și competențe dezvoltate în cadrul disciplinelor: „Teoria Economică-I”, „Principiile economiei de piață”, „Matematica economică”, „Moneda și credit”.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei și ale managementului, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei și ale managementului, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP4. Argumentarea deciziilor de conducere pe probleme concrete utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii disciplinei studentul va fi capabil: să descrie esența și conținutul conceptelor macroeconomice; să analizeze fenomenele economice privite din perspectiva macro, adică la nivelul economiei naționale; să structureze cunoștințele despre procesele și fenomenele economice; să selecteze și să analizeze materialele provenite din diferite surse; să evalueze importanța practică a efectelor macroeconomice pentru economia națională.

**Teme de bază:**

Introducere în analiza macroeconomică .Reglementarea economiei de către stat: obiective și instrumente
Evaluarea rezultatelor activității economice. Instabilitatea macroeconomică și teoria ciclurilor. Consum, economii, investiții. Modelul keynesist „venit-cheltuieli”. Modelul cererii agregate și ofertei agregate. Instabilitatea macroeconomică pe piața muncii. Piața monetară și politicile monetar-creditare. Instabilitatea macroeconomică și problemele inflației. Fluctuațiile activității economice și modelul IS-LM. Creșterea economică și dezvoltarea economică. Sistemul economiei mondiale. Economia deschisă și balanța de plăți. Piața valutară

Strategii de predare-învățare:

Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, studii de caz, rezolvarea problemelor.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminare și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

- 10.CHIRCĂ, S. *Evoluția reformelor economice* (de la economia planificată la cea de piață). Chișinău: Editura Litera, 2000, 110 p.
- 11.CLIPA, N. *Economie politică: noțiuni teoretice, probleme, rezolvări*. Iași: Ed. Sedcom Libris, 2000, 323 p.
- 12.GANCIUCOV, V. *Căile de dezvoltare a economiei naționale*. Chișinău: Ed. ARC 2003
- 13.MECU, DRAGOȘ-GABRIEL. *Macroeconomie în economia de piață socială*. Iași: ALFA, 2012, 224 p.
- 14.MOLDOVANU DUMITRU. *Curs de teorie economică*. Chișinău: Ed. ARC, 2006, 428p.
- 15.OPRESCU, GH. *Microeconomie. Macroeconomie*. București: Editura Economică, 2000, 459 p.
- 16.PLOAIE, VPOENARU, M. *Politica socială și indicatorii sociali*. București, Editura ALL, 1998.
- 17.POPESCU, GHEORGHE H. *Macroeconomie*. București: Ed. Economică, 2013, 736 p.
- 18.SAMUELSON PAUL. *Economie politică*. București: Ed. Teora, 2001
- 19.STANCU, STELIAN. *Macroeconomie cantitativă avansată: Breviar teoretic și aplicații*. București: Ed. ASE, 2013, 294 p.
- 20.TOMȘA, AURELIA. *Teorie economică Vol.2: Macroeconomie*. Chișinău: Ed. ARC, 2013, 330 p.
- 21.TRUSEVICI, A.; BRANAȘCO N. *Culegere de teste și probleme pentru lecții practice la disciplina Teoria economică*. Bălți: Ed. Tipografia universitară bălțeană, 2010, 81 p.
- 22.TRUSEVICI, A.; BRANAȘCO N. *Indicații metodice pentru lecții practice la disciplina Teoria economică*. Bălți: Ed. Tipografia universitară bălțeană, 2010, 85 p.
- 23.ȚĂRUȘ, VICTORIA. *Teorie economică. Macroeconomie: Concepte și aplicații*. București: Ed. Lexon-Prim, 2015, 288 p.
- 24.ПЛОТНИЦКИЙ, М. И. *Курс экономической теории*. Минск: Мисанта, 2003.
- TRUSEVICI, A.; POSTOLACHI V. *Ghid de realizare și susținere a proiectelor (referatelor)*. Bălți: Ed. Tipografia universitară bălțeană, 2018

Bibliografie opțională:

10. CHISTRUGA, MARCEL. *Estimarea principalilor indicatori macroeconomici ai Republicii Moldova*. Chișinău: Fin-Consultant, 2011
11. DOBRE, ALIN. *Categorii de bugete utilizate în economia actuală*, Revista Finanțe Publice și Contabilitate, 2015, Nr 7/8, 59-64p.
12. GUJUMAN, L. *Macroeconomie: Indicații metodice privind efectuarea lucrărilor de control*. Chișinău: UTM, 2012, 28 p.
13. ЖИТИНКИН, ВЛАДИМИР СЕРГЕЕВИЧ. *О роли госкорпораций в реализации экономической политики*. Качество. Инновации. Образование. – 2010. – Nr 9. – P. 56-61.
14. ОРУСОВА, О. В. *Метод деловых игр и возможности его применения при преподавании в вузе курса Макроэкономика*. Alma Mater : Вестник высшей шк . – 2012. – Nr 8. – P. 59-64.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS ETICA ȘI CULTURA PROFESIONALĂ

Codul unității de curs/ modulului în programul de studii: G.04.O.025
Codul și denumirea domeniului general de studiu: 041 Științe economice
Tipul programului: licența
Denumirea programului: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea și catedra responsabilă: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului, Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 2
Anul și semestrul în care se predă: Anul I, semestrul 3
Titularul: Movilă Irina, dr. hab., conf. univ.
Descriere succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii: Unitatea de curs „Etica și cultura profesională” atrage o atenție considerabilă asupra fenomenelor ce au loc în economie în domeniul eticii. Studiarea acestui curs se bazează pe cunoștințele acumulate de la disciplinele „Filosofia”, „Probleme filosofice ale domeniului”, „Filosofia și istoria științei”, „Management”, iar scopul cursului „Etica și cultura profesională” constă în însușirea de către studenți a celor mai importante și mai actuale probleme ale eticii în afaceri.
Competențe prealabile: - cunoașterea principalelor concepte și teorii filosofice și dezvoltarea capacității de înțelegere și utilizare a acestora; - înțelegerea rolului și importanței eticii în afaceri; - dezvoltarea abilităților în vederea analizei fenomenelor din punct de vedere etic.
Competențe dezvoltate: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipă. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să înțeleagă și să interpreteze informația acumulată; - să utilizeze conceptele eticii normative în activitatea profesională; - să analizeze fenomenele din punct de vedere etic; - să aplice conceptele, principiile și teoriile studiate în rezolvarea aplicațiilor practice; - să aplice cunoștințele și abilitățile acumulate în situații specifice.
Unități de învățare: Etica – de la ramură filosofică la afaceri economice. Teoriile etice normative și relevanța lor economică. Perspectivile eticii în afaceri. Etica în afaceri și sistemele economice. Cultura profesională. Etica în management. Conduită etică a managementului. Responsabilitatea socială corporativă. Etica în afaceri internaționale.
Strategii didactice: Prelegerea, prelegerea-discuție, prelegerea cu caracter problematic, seminarul cu utilizarea mesei rotunde, seminar cu folosirea metodei analizei situațiilor concrete, metode intuitive de învățare creativă (brainstorming, discuție Panel, problematizarea, metoda cazului).
Strategii de evaluare: Teste grilă, jocuri de concepte, examen.
Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.



Bibliografie

1. ALBRECHT, Maryann H., *International HRM: Managing Diversity in the Workplace*. London: Blackwell Business, 2001.
2. BURDUȘ, Eugen, *Management comparat internațional*. București: Editura Economică, 2001.
3. CAROL, A. B. *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*. New York: The Academy of Management Review, Vol. 4, No. 4, pag. 497-505, Academy of Management, USA, 1979.
4. CRĂCIUN, Dan, *Business & Morality: A Short Introduction to Business Ethics*. București: Editura ASE, 2003.
5. CRĂCIUN, Dan,, *Curs de Etică în Afacerile Economice Internaționale*, REI, 2004.
6. DIACONESCU, Marcela Carmen, *Etică în afaceri*. București: Editura Biblioteca, 2007.
7. IAMANDI, Irina-Eugenia, FILIP, Radu, *Etică și responsabilitate socială corporativă în afacerile internaționale*. București: Editura Economică, 2008.
8. IAMANDI, Irina-Eugenia, *Responsabilitatea socială corporativă în companiile multinaționale*. București: Editura Economică, 2010.
9. IONESCU, Gheorghe Gh., CAZAN, Emil, NEGRUȘA, ADINA, Letiția, *Management organizational*. București: Editura Tribuna Economică, 2001.
10. IONESCU, Gheorghe Gh., *Cultura afacerilor: Modelul American*. București: Editura Economică, 1997.
11. MIROIU, Mihaela, BLEBEA, Nicolae, *Introducere în etica profesională*. Editura Trei, 2001.
12. PUIU, Alexandru, *Management în afacerile economice internaționale*, Tratat, Ediția a II-a, Editura Independența Economică, 1997.
13. ȚIGU, Gabriela, *Etica Afacerilor în Turism*. București: Editura Uranus, 2003.
14. ZAIȚ, Dumitru, *Management intercultural: Valorizarea diferențelor culturale*. București: Editura Economică, 2002.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS ANALIZA ACTIVITĂȚII ECONOMICO-FINANCIARE

Codul unității de curs/ modului în programul de studii: F.04.O.026
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041 Științe economice
Denumirea specialității: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea și catedra responsabilă: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului, catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul II, semestrul 4
Titularul: dr., conf. univ. Bulat Gheorghe
Descriere succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii: Analiza economico-financiară a unităților economice se ocupă cu studierea fenomenelor și proceselor economice care au loc la nivelul acestor unități, a rezultatelor economico-financiare obținute, în raport cu sarcinile programate, stabilirea cauzelor care provoacă abateri și desfășurarea fenomenelor analizate și luarea măsurilor pentru reglarea și optimizarea întregii activități. Acest curs vine în ajutorul studenților prin crearea deprinderilor de a lucra cu sursele de informație pentru determinarea indicatorilor și factorilor de influență. Competențele și deprinderile însușite permit studentului să fie angajat al oricărei unități economice. Însușirea acestui curs va fi mai reușită după ascultarea cursurilor „Contabilitatea financiară”, „Statistica”, „Macroeconomia”. Scopul cursului este formarea unei gândiri analitice și practice la studenți prin intermediul bazelor metodologice și inovațiilor în cadrul activității întreprinderii.
Competențe prealabile: - înțelegerea esenței fenomenelor și proceselor economice; - evidențierea legăturii și dependențelor reciproce; - divizarea, sistematizarea și modelarea datelor economice; - înțelegerea importanței firmei în economia de piață; - cunoașterea noțiunilor cheie din cursurile „Statistica”, „Contabilitatea financiară”, „Teoria economică I și II”.
Competențe dezvoltate: CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipă.
Finalități de studii: - să analizeze indicatorii de bază la nivel microeconomic și macroeconomic; - să determine nivelul rezervelor; - să poată folosi modurile de măsurare a influenței factorilor; - să formuleze concluzii, reieșind din analiza indicatorilor; - să aranjeze documentar rezultatele analitice.
Unități de învățare: Obiectul de studiu și metoda analizei. Metode ale analizei cantitative a fenomenelor economico-financiare. Analiza programului de producție și comercializare. Analiza asigurării cu resurse umane și a fondului remunerării muncii. Analiza asigurării și utilizării mijloacelor fixe. Analiza aprovizionării și asigurării întreprinderii cu resurse materiale și a eficienței utilizării acestora. Analiza costurilor și cheltuielilor întreprinderii. Analiza rezultatelor financiare din activitatea întreprinderii. Analiza situației patrimoniale. Analiza intensității și eficienței patrimoniului întreprinderii. Analiza solvabilității și riscului de faliment al întreprinderii.
Strategii didactice: Prelegerea, prelegerea-discuție, prelegerea cu caracter problematic, seminarul cu utilizarea mesei rotunde, seminar cu folosirea metodei analizei situațiilor concrete, metode intuitive de învățare creativă (brainstorming, discuție Panel, problematizarea, metoda cazului).
Strategii de evaluare: lucrări de control, examen scris.
Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.
Bibliografie Obligatorie:



1. AMARFII-RAILEAN, N. *Diagnosticul potențialului economic al întreprinderii*. Bălți: Presa universitară bălțeană, 2013. 184 p.
2. BĂLĂNUȚĂ, V. *Analiza gestionară*. Ch.: Combinatul poligraf., 2003 120 p.
3. BREZEANU, P.; BOȘTINARU, A.; PRAJIȘTEANU, B. *Diagnostic financiar: instrumente de analiză financiară*. București: Ed. Economică, 2013, 528 p.
4. DINU, E. *Analiza economică și financiară a firmei*. București: ASE, 2013, 165 p.
5. ȚIRIULNICOVA, N.; PALADI, L. *Analiza rapoartelor financiare: manual*. Ch: F.E.P. „Tipografia Centrală”, 2004. 384 p.
6. GORTOLOMEI, V. *Bazele analizei activității economice (curs universitar)*. Ch.: Ed. ASEM, 2006, 173 p.
7. MIHAILESCU, N., RĂDUCAN, M. *Analiza economico-financiară*. Editura Victor, București, 2005.

Suplimentară:

1. BĂRBULESCU, C. *Diagnosticarea întreprinderilor în dificultate economică. Strategii și politici de redresare și dinamizare a activității*. București: Ed. Economica, 2012, 319 p.
2. HRISTEA, Anca Maria. *Analiza economică și financiară a activității întreprinderii*, vol. II. București: Ed. Economică, 2013, 284 p.
3. MĂRGULESCU D, ȘERBAN E.; VASILE, E. *Analiza economico-financiară*. București: Ed. Bren, 2011, 403 p.



FIȘA MODULULUI:
1. MANAGEMENTUL ACTIVITĂȚII PUBLICITARE
2. COMERȚ INTERNAȚIONAL

Codul cursului în programul de studii: S.04.O.127
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 3
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul II, semestrul 4
Titular de curs: Branașco Natalia dr., conf. univ.
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Programul cursului va permite familiarizarea studenților cu conceptul de aprovizionare și desfacere, activității de promovare și publicitate utilizat în teoria și practica mondială. Pentru însușirea obiectului dat, drept bază le servesc cunoștințele câpătate la așa discipline cum sunt: „Teoria economică”, „Fundamentele managementului organizației”, „Logistică”, „Marketing”. În cadrul cursului vor fi analizate diferite variante ale organizării compartimentelor de aprovizionare și desfacere în cadrul întreprinderii, precum și modalitatea de desfășurare a acestor activități, alegerea sistemelor de aprovizionare și a canalelor de desfacere și analiza avantajelor și dezavantajelor lor.
Competențe prealabile: - cunoașterea etapelor procesului de desfacere; - efectuarea analizei pieței; - cunoașterea care sunt obiectivele de promovare; - cunoașterea mixului promoțional.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să utilizeze criteriile de selecție a mijloacelor de promovare ca mijloc de reducere a riscurilor; - să elaboreze strategii în domeniul promovării și vânzărilor pentru întreprinderile autohtone; - să formuleze recomandări strategico-tactice la problemele identificate în domeniul promovării și desfacerii; - să elaboreze bugetul promoțional.
Teme de bază: Tehnicile promoționale și comunicarea de marketing a firmei. Mixul promoțional. Elaborarea bugetului promoțional. Principiile, obiectivele și mijloacele publicității. Strategia creative în publicitate. Strategia media în publicitate. Eficacitatea publicității. Analiza efectului de comunicare. Analiza efectului asupra vânzărilor

**Strategii de predare-învățare:**

Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbaterile, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, un studiu de caz „Elaborarea mixului promoțional”, rezolvarea problemelor.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminare și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$,

unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. BĂȘANU, GH; PRICOP, M. *Managementul aprovizionării și desfacerii (vânzării)*. București: Ed. Economică, 2002, 432 p.
2. CÂRSTEA, GH. *Asigurarea și gestiunea resurselor materiale. Marketingul aprovizionării*. București: Editura Economică, 2000.
3. FUNDĂTURĂ, D. *Managementul resurselor materiale*. București: Ed. Economică, 1999, 480 p.
4. FUNDĂTURĂ, D; PRICOP, M; BĂȘANU, GH; POPESCU, D. *Dicționar de management: aprovizionare, depozitare, desfacere*. București: Editura Diacon Coresi, 2013.
5. FARBEY, A. D. *Publicitatea eficientă : noțiuni fundamentale*. București : Ed. Universitară, 2005, 675p.
6. NEGRU, I. *Managementul aprovizionării și desfacerii (vânzării)*. Note de curs. Chișinău: ASEM, 2009, 146 p.
7. MARCENAC, L. *Strategii publicitare : de la studiul de marketing la alegerea diferitelor media*. Iași : Ed. Polirom, 2006, 49p.
8. NICOLAE, M. *Publicitatea în activitatea de marketing*. Brăila: Ed. Evrica, , 2010, 146p.

Bibliografie opțională:

1. PURCĂREA, T. *Management comercial*. București: Ed. Expert, 1994.
2. POPA, IOAN *Tranzacții comerciale internaționale*. București: Ed. Economică, 1998.
3. VIORICA I., MANOELA P. *Bazele comerțului*. București: Economie, Editura: Oscar Print, 2010.
4. PRUTEANU, O. *Managementul calității totale*. Iași: Editura Junimea, 1998.

Codul cursului în programul de studii: S.04.O.127

Domeniul general de studiu: 041 Științe economice

Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică

Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică

Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice

Număr de credite ECTS: 3

Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul II, semestrul 4

Titular de curs: Chiseliov Lilia asist.univ.

Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii.

Unitatea de curs „Comerț internațional” prevede studierea activităților comerciale legate de importul-exportul mărfurilor. Conceptele de bază ale disciplinei sunt importul și exportul ca niște componente-cheie ale comerțului internațional. În comerțul internațional o importanță deosebită o are aplicarea cunoștințelor teoretice, care reprezintă o viziune complexă a raționalizării activității comerciale prin intermediul optimizării proceselor legate de aceste activități.

Competențe prealabile:



- cunoașterea conceptelor cheie și a teoriilor din domeniul comerțului internațional;
- deosebirea dintre politici comerțului internațional;
- cunoașterea tehnicilor ale plăților internaționale;
cunoașterea procedurii contractării și derulării exportului și importului”

Competențe dezvoltate în cadrul cursului:

CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională.;
CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice.;
CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice.;
CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor.
CT1 Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională.;
CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală..

Finalități de studii realizate la finele cursului:

La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil:

- să cunoască și să înțeleagă toate procesele comerțului internațional, precum și cerințele față de aceste procese;
- să posede deprinderea de a coordona cu activitățile ce reglementează comerțul internațional, trebuie să interpreteze corect problemele comerciale și de antreprenariat în întregime, trebuie să țină cont că deciziile adoptate, ce pot influența relațiile comerciale în ansamblu.

Teme de bază:

Fundamentarea relațiilor comerciale internaționale. Activitatea marketingului internațional. Tehnici și modalități ale plăților internaționale. Expediția și transportul internațional. Politica comercială. Uniunea Europeană și Organizațiile liberului schimb. Risc în relațiile internaționale. Procedura contractării și derulării exportului și importului. Negocierile comerciale internaționale. Operațiuni comerciale combinate. Bursele și licitațiile internaționale.

Strategii de predare-învățare:

Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbaterile, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, studiu de caz: „Fundamentarea relațiilor comerciale internaționale”, rezolvarea problemelor.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. BARI, I. *Probleme globale contemporane*. București: Editura Economică, 2003
2. BURCIU, A., KICSI, R.I., CIBOTARIU, I.S., HURJUI, M.C., *Tranzacții comerciale internaționale*. Iași: Editura Polirom, 2010
3. IOAN POPA. *Tehnica operațiunilor de comerț exterior*. București: Editura Economică, 2008
4. SUTĂ, N. *Comerț internațional și politici comerciale contemporane*. București: Editura Eficient, 2000.

Bibliografie opțională:

POPA, IOAN *Tranzacții comerciale internaționale*. București: Ed. Economică, 1998.
PRUTEANU, O. *Managementul calității totale*. Iași: Editura Junimea, 1998.
PURCĂREA, T. *Management comercial*. București: Ed. Expert, 1994.
VIORICA I., MANOELA P., *Bazele comerțului*. București: Economie, Editura: Oscar Print, 2010.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS MARKETINGUL SERVICIILOR

Codul cursului în programul de studii: S.04.A.128
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice.
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea /catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul II, semestrul 4
Titular de curs: Slutu Rodica dr., lector. univ.
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Cursul „Marketingul serviciilor” are drept scop formarea specialistului capabil să abordeze tehnicile și instrumentele referitoare la cercetarea pieței serviciilor, identificarea particularităților cererii consumatorilor de servicii, precum și particularitățile ofertei. Un manager competitiv trebuie să cunoască specificul formării prețurilor serviciilor, precum și specificul distribuției acestora. Pentru însușirea obiectului dat, drept bază le servesc cunoștințele câpătate la disciplinele de Marketing, Management.
Competențe prealabile: - cunoașterea conceptelor de bază ale Marketingului serviciilor, precum: a pieței, metodelor de cercetare a pieței, clasificarea serviciilor etc; - determinarea factorilor care influențează asupra formării cererii și ofertei de servicii; - capacitatea de a relata explicit, oral și în scris, conținuturile teoretice ale cursului și rezultatele cercetărilor efectuate; - documentarea, selectarea, organizarea și cercetarea a informațiilor necesare pentru studierea acestui curs.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CP5. Proiectarea activităților proprii ale specialistului în domeniu, utilizând cunoștințele acumulate în studierea unităților de curs fundamentale și de specialitate. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.



Finalități de studii realizate la finele cursului:

La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil:

- să identifice conceptele de bază cu privire la piața întreprinderii de servicii, cererea de servicii, oferta de servicii, particularităților mixului de marketing în domeniul serviciilor;
- să analizeze mediul de marketing a întreprinderii de servicii, interdependența dintre politicile mixului serviciilor;
- să realizeze un studiu a factorilor de influență asupra cererii și ofertei serviciilor de pe piață;
- să-și formeze deprinderi de cercetare a diferitor tipuri de servicii și a particularităților lor.

Teme de bază:

Conceptul și obiectul de activitate al marketingului serviciilor. Particularitățile și tipologia serviciilor. Piața întreprinderii de servicii. Mediul internațional al firmei de servicii. Marketingul strategic și marketingul operațional în servicii. Calitatea serviciilor. Planificarea și controlul serviciilor.

Strategii de predare-învățare:

Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluarea curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, eseu: Segmentarea pieței de servicii. Politica de produs-servicii. Specificul formării prețurilor în servicii. Specificul distribuției în servicii. Politica promoțională în servicii.

Studiu de caz: Particularitățile formării cererii în turism. Particularitățile distribuției serviciilor de transport.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$,

unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. POP, C. Marcel ș.a., *Marketingul serviciilor - Probleme de ansamblu ale terțiarului*. Cluj-Napoca: Risoprint 2006
2. POP, C. Marcel, ș. a., *Marketingul Serviciilor - Ramuri și domenii prestatoare*. Cluj-Napoca: Risoprint. 2007

Bibliografie opțională:

1. CATANĂ, Gh. Al., *Marketingul serviciilor de sănătate*. București: Editura Alma Mater, 2009.
2. KOTLER, Ph., HAYES, Th., BLOOM, P. N., *Marketing professional services*. 2nd ed. Prentice Hall Press 2002
3. VORZSAK, Almos, ș. a., *Marketingul serviciilor*. Cluj: Ediția a II-a, Presa Universitară Clujeană 2004.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS CERCETĂRI DE MARKETING

Codul unității de curs în programul de studii: S.04.A.129
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea/catedra responsabilă: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: anul I, semestrul 1
Titularul: dr., conf. univ. Natalia Branașco
Descriere succintă a corelării/integrării cu/în programul de studii: Obiectivul principal al unității de curs „Cercetări de marketing” este formarea bazei teoretice a pregătirii viitorilor întreprinzători prin fundamentarea rolului studiilor de marketing în activitatea de antreprenariat. Un rol important în pregătirea specialiștilor din sfera de activitate economică, în dezvoltarea cunoștințelor, abilităților și aptitudinilor acestora revine studierii principiilor studiului de marketing. Cercetările de marketing sînt elemente indispensabile ale activității de marketing, de care depinde dezvoltarea în ansamblu a economiei naționale. Cunoștințele acumulate la disciplina Cercetări de marketing vor servi ca bază pentru activitatea practică ulterioară a studenților.
Competențe prealabile: Studenții trebuie să posede cunoștințe, capacități și competențe dezvoltate în cadrul disciplinelor: „Teoria economică”, „Fundamentele managementului organizației”, „Marketing”, „Marketingul serviciilor”.
Competențe dezvoltate: CPI. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CP5. Proiectarea activităților proprii ale specialistului în domeniu, utilizând cunoștințele acumulate în studierea unităților de curs fundamentale și de specialitate. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipă. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să cunoască principalele metode de studiere a pieței; - să analizeze fenomenele și procesele din cadrul cercetărilor de marketing; - să aplice conceptele, principiile și teoriile studiate în rezolvarea aplicațiilor practice; - să elaboreze o anchetă în scopul studiului pieței.
Teme de bază: Elemente introductive în cercetări de marketing. Etapele cercetării de piață. Informația în studiul pieței. Observarea. Sondajul de piață. Experimentul de marketing. Simularea de marketing. Testele de marketing. Ancheta. Chestionarul. Măsurarea și scalarea datelor. Sistematizarea datelor. Raportul de cercetare.
Strategii de predare-învățare: Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul



în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor de laborator, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: teste pentru evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, prezentarea proiectelor de cercetare pe parcursul semestrului, test scris pentru evaluare finală.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminare și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie:

1. BELOSTECINIC, Gr., PETROVICI, S. *Marketing*. Chișinău: ASEM. 2003.
2. CĂTOIU, I. *Cercetări de marketing*. București: Editura Uranus. 2002.
3. FLORESCU, C., PATRICHE, D. *Prospectarea pieței*. București: Editura Științifică. 1993.
4. GHERASIM, A. *Studiul pieței*. București: Editura Economică. 2005.
5. JUGĂNARU, M. *Cercetări de marketing*. Constanța: Editura Europos, 1996.
6. JUGĂNARU, M. *Teorie și practică în cercetarea de marketing*. București: Editura Expert. 1998.
7. PAINA, N., POP, M. *Cercetări de marketing*. Cluj-Napoca, 1997.
8. PRUTEANU, Șt. *Cercetări de marketing*. Iași: Editura Polirom. 2002.
9. SOROCEAN, Ch. *Marketing – baza businessului*. Chișinău: ASEM, 1999.
10. TUDOR, Gh. *Cercetări de marketing*. București: Editura Economică. 2003.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS ECONOMIA COMERȚULUI

Codul cursului în programul de studii: S.04.A.130
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul II, semestrul 4
Titular de curs: Chiseliov Lilia asist. univ.
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Unitatea de curs „Economia comerțului” prevede studierea activităților comerciale legate de comerțul cu ridicata și comerțul cu amănuntul, utilizarea adecvată a conceptelor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor specifice activităților desfășurate în cadrul unităților de comerț. În economia comerțului o importanță deosebită o are fundamentarea și alcătuirea asortimentului comercial, gestionarea stocurilor de mărfuri în comerț, analiza și interpretarea indicatorilor de eficiență economică a unităților de comerț.
Competențe prealabile: - înțelege conceptele specifice comerțului; - înțelege trăsăturile diverselor întreprinderi de comerț, ale modurilor de organizare a aparatului comercial și impactul acestora asupra politicilor comerciale; - elaboreze și dimensioneze politici în domeniul principalelor aspecte legate de gestionarea unităților de comerț
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională.; CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice.; CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice.; CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piața pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală..
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să prezinte conceptele de comerț în general, cu amănuntul și cu ridicata; - să dezvăluie conținutul politicii în domeniul asortimentului; - să prezinte cele mai importante aspecte legate de amenajarea interioară a spațiilor de vânzare și de depozitare; - să dezvăluie conținutul politicilor de personal, servicii și relații cu clienții în comerț; - să introducă principalele aspecte legate de eficiența activității de comerț.
Teme de bază: Conținutul activității de comerț. Comerțul cu ridicata. Comerțul cu amănuntul. Rețeaua de unități de comerț cu amănuntul. Modul de organizare a unităților de comerț. Baza tehnico-materială a comerțului. Oferta de mărfuri. Servirea și serviciile comerciale. Personalul comercial. Relațiile de piață ale comercianților. Gestiunea financiară a întreprinderii de comerț. Protecția consumatorilor.
Strategii de predare-învățare: Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în



grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, un studiu de caz „Înființarea unei întreprinderi de comerț. Legislația în domeniul comerțului”, rezolvarea problemelor.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminare și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $Nf = Nc \times 0,6 + Ne \times 0,4$, unde Nf – nota finală; Nc – nota reușitei curente; Ne – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. ABRUDAN, I.N., *Economia comerțului*. Cluj-Napoca: Risporint, 2016
2. BINȚINȚAN, P., *Economia comerțului*. Cluj-Napoca: Casa cărții de știință, 2006
3. DUNNE, PATRICK M., LUSCH, ROBERT F. *Retailing*, 6th Edition, Thomson South-Western, Mason OH, USA, 2008
4. LEVY, MICHAEL, WEITZ, BARTON A. *Retail Management*, 8th Edition, Mc-Graw Hill Irwin. New York: NY, 2012
5. PATRICHE, D. (coord.) *Bazele comerțului*. București: Ed. Economică, 1999
6. ZENTES, J., MORSCHETT D., SCHRAMM-KLEIN H. *Strategic Retail Management*, 2nd Ed., Gabler Verlag. Wiesbaden: Germany, 2011

Bibliografie opțională:

- PURCĂREA, T. *Management comercial*. București: Ed. Expert, 1994.
POPA, IOAN *Tranzacții comerciale internaționale*. București: Ed. Economică, 1998.
VIORICA I., MANOELA P., *Bazele comerțului*. București: Editura: Oscar Print, 2010.
PRUTEANU, O. *Managementul calității totale*. Iași: Editura Junimea, 1998.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS BAZELE ACTIVITĂȚII BANCARE

Codul unității de curs/ modulului în programul de studii: S.04.A.131
Codul și denumirea domeniului general de studiu: 041 Științe economice
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Facultatea și catedra responsabilă: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului, catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă: Anul II, semestrul 4
Titularul: dr., conf. univ. Postolache Victoria
Descriere succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii: Unitatea de curs „Bazele activității bancare” își propune abordarea și aprofundarea unor aspecte legate de rolul băncilor în economie, locul acestora în intermedierea financiară și restructurarea bancară. Prin instituțiile sale, sistemul bancar asigură acumularea și redistribuirea resurselor financiare, devenind astfel un intermediar financiar. Studiarea unității de curs „Bazele activității bancare” presupune cunoașterea termenilor cheie de la unitățile de curs „Principiile economiei de piață” și „Monedă și credit”.
Competențe prealabile: - cunoașterea și perceperea conceptelor din domeniul activității bancare precum: bani, bancă, bancă centrală acumulate la unitatea de curs „Principiile economiei de piață”; - descrierea etapelor de apariție și dezvoltare a băncilor, tipurilor de bănci existente acumulate la unitatea de curs „Monedă și credit”; - cunoașterea și aprecierea rolului băncilor în economie; - descrierea principiilor aplicate în procedura de achiziție publică.
Competențe dezvoltate: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, marketingului și logisticii precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP4. Argumentarea deciziilor de conducere pe probleme concrete utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii: - să aplice prevederile cadrului normativ specific activității bancare din Republica Moldova; - să analizeze particularitățile sistemului bancar național în comparație cu cel internațional; - să evalueze activitatea băncii în funcție de rating; - să propună noi servicii și produse bancare mai performante.
Unități de învățare: Organizarea activității bancare. Guvernanța corporativă în cadrul băncii. Importanța fondurilor proprii pentru instituțiile bancare. Resursele atrase ale instituțiilor bancare. Operațiunile active ale instituțiilor bancare. Operațiunile de comisionare și conexe. Private Banking – viitorul activității bancare. Caracteristica și efectuarea decontărilor bancare. Eficiența activității bancare. Riscurile în activitatea bancară. Lichiditatea instituțiilor bancare. Supravegherea activității bancare. Procedura de retragere a licenței instituțiilor bancare. Tendințe în activitatea sistemelor bancare contemporane.
Strategii didactice: Prelegerea, prelegerea-discuție, prelegerea cu caracter problematic, seminarul cu utilizarea mesei rotunde, seminar cu folosirea metodei analizei situațiilor concrete, metode intuitive de învățare creativă (brainstorming, discuție Panel, problematizarea, metoda cazului).
Strategii de evaluare: Teste grilă, lucrări de control, portofoliu, examen scris.
Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbatărilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.
Bibliografie Obligatorie: 1. Legea cu privire la BNM nr. 548-XII din 21.07.1995. În: <i>Monitorul Oficial al Republicii Moldova</i> . 1996, nr. 1 din 01.01.1996 (cu modificările și completările ulterioare)



2. Legea privind activitatea băncilor nr. 202 din 06.10.2017 În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2017, nr. 434-439 din 15.12.2017
 3. Legea privind redresarea și rezoluția băncilor nr. 232 din 03.10.2016 În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2016, nr. 343-346 din 04.10.2016
 4. Legea privind reglementarea valutară nr.62-XVI din 21 martie 2008. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr.127-130/496 din 18.07.2008 (cu modificările și completările ulterioare)
 5. COCRIȘ, V., CHIRLEȘAN, D. *Managementul bancar și analiza de risc în activitatea de creditare*. Iași: Ed. Universității „Alexandru Ioan Cuza”, ediția a II-a, 2009, p. 30 - 31.
 6. COCRIȘ, V., ANDRIEȘ, A. *Managementul riscurilor și al performanțelor bancare*, Iași: Ed. Wolters Kluwer, 2009, 142 p.
 7. COMAN, F. *Activitatea bancară: profit și performanță*. București: Ed. Lumina Lex, 2000, 208 p.
 8. COCIUG, V. *Management bancar*. Ch.: ASEM, 2008, 137 p.
 9. COCIUG, V. *Gestiunea riscurilor bancare*. Ch.: ASEM, 2008, 137 p.
- Suplimentară:**
1. MIRONIUC, Marilena. [Analiză economico-financiară. Performanță, poziție financiară, risc.](#) București: Ed. Economică, 2009. 244 p.
 2. RĂDULESCU, M. *Managementul performanțelor și riscurilor bancare în condițiile crizei economice actuale și a configurării sistemelor bancare actuale*. Craiova: Ed. Sitech, 2009, 488 p.
 3. [ЖАРКОВСКАЯ, Е. П. Банковское дело.](#) Москва: Издательство «Омега-Л», 2011, 479 с.;
 4. [ЖУКОВ, Е. Ф., СОКОЛОВ, Ю. А. Банковское дело. Учебник.](#) Москва: Издательство: «Юрайт-Издат», 2012, 591 с.;
 5. [ЛАВРУШИН, О. И. Банковское дело. Современная система кредитования.](#) Москва: Издательство «КноРус», 2011, 264 с.



INDICAȚII METODICE PENTRU REALIZAREA ȘI SUSȚINEREA TEZEI DE AN

În procesul de studii studenții realizează o teză anuală care reprezintă un rezultat cumulativ al activităților de la câteva cursuri, este un produs interdisciplinar și reprezintă o entitate separată în planul de învățământ. Tezei de an (S.04.O.132) în planul de învățământ îi revin 2 credite ECTS.

Teza de an prevede formarea la studenți a capacităților de căutare și analiză critică a informației, expunerii succinte (adnotării) articolelor științifice de specialitate, analizei stării de lucruri în practica educațională, perfectarea unei bibliografii la o temă. Tematica tezelor de an oferă posibilitatea continuării studiului temei în procesul de realizare a tezei de licență.

Temele tezelor anuale sunt repartizate studenților la începutul semestrului IV, susținerea publică a tezelor de an are loc la sfârșitul semestrului. Tezele de an se susțin cu cel puțin o săptămână până la începerea sesiunii de examene în fața unei comisii constituite din două cadre didactice, numite de către șeful Catedrei de științe economice.

Executând teza de an, studentul trebuie să demonstreze abilitatea de a:

- a) identifica problema de bază ce urmează a fi soluționată;
- b) a formula clar scopul și obiectivele ce urmează a fi atinse;
- c) defini obiectul și subiectul proiectului de curs;
- d) determina metodele și instrumentele de cercetare ce urmează a fi utilizate;
- e) exprima logic gândurile sale, concluziile și recomandările.



INDICAȚII METODICE PENTRU REALIZAREA STAGIULUI PRACTICII DE PRODUCȚIE I

Obiectivele practicii de producție sunt axate pe formarea la studenți a competențelor necesare proiectării, organizării, desfășurării eficiente și evaluării în activitatea practică la întreprinderi, firme, bănci și instituții.

Practica de producție I este condusă de titularii catedrei de profil și presupun realizarea de către studenți a diverselor sarcini, fiind asistați de conducătorii practicilor din întreprinderi, nemijlocit în cadrul întreprinderilor, firmelor, băncilor și instituțiilor.

Practica de producție I (6 credite) este organizată de către Catedra de științe economice și se desfășoară în semestrul 4 (3 săptămâni, de obicei, în lunile martie-aprilie a anului de învățământ respectiv). Pe parcursul practicii studenții își dezvoltă următoarele competențe: operarea cu fundamentele științifice ale economiei și ale managementului, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională; elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice; elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor/situațiilor economice; argumentarea deciziilor de conducere pe probleme concrete utilizând concepte, teorii și raționamente economice; proiectarea activităților proprii ale specialistului în domeniu, utilizând cunoștințele acumulate în studierea unităților de curs fundamentale și de specialitate; prelucrarea datelor/informațiilor, analiza și interpretarea lor. Practica este precedată de o conferință de inițiere și se finalizează cu o conferință de totalizare a practicii. Sarcinile de bază ale stagiului practicii de producție I sunt:

1. Aprofundarea cunoștințelor în domeniul administrării afacerii în dependență de specificul entității economice, analizei activității economico – financiare a întreprinderii;
2. Studierea metodelor de gestionare a sistemelor economice și utilizarea lor respectivă la entitatea economică;
3. Evaluarea activității entității economice.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS ELEMENTE DE DREPT PUBLIC

Codul cursului în programul de studii: U.05.A.033
Domeniul general de studii la care se referă unitatea de curs: 041 Științe economice
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Drept și Științe Sociale
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de drept public
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă unitatea de curs: Anul III, Semestrul 5
Titularul unității de curs:
Descrierea succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii <i>Elemente de drept public</i> este unitatea de curs opțională care familiarizează studenții specialităților nejuridice cu aspectele introductive ale teoriei statului și teoriei generale a dreptului, cu generalitățile unor ramuri de drept public. În cadrul acestei unități de curs, studenții își vor dezvoltata competențele formate în cadrul unităților de curs socio-umane, precum: Istoria, Filosofia și problemele filosofice ale domeniului; Construcția europeană; Civilizația europeană etc.
Competențe prealabile: Studentul trebuie să cunoască: legițile de evoluție a statului și dreptului, studiate în cadrul cursurilor preuniversitare de Istorie; etapele și specificul edificării Comunităților europene și Uniunii Europene din cadrul cursurilor umanistice de Construcție europeană, Civilizație europeană; aspectele evolutive ale gândirii umane din cursul de Filosofia și problemele filosofice ale domeniului etc.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: <i>Studentul va fi capabil să:</i> cunoască conceptul statului, mecanismul, funcțiile și formele statului; perceapă fenomenul juridic al societății la general: conceptul dreptului, sistemul dreptului, sistemul legislației și unele aspecte introductive ale ramurilor dreptului public: drept constituțional, drept administrativ, drept penal, drept procesual penal; contureze unele viziuni generale asupra dreptului obiectiv și legislației statului; înțeleagă diviziunea dreptului în public și privat; distingă particularitățile distinctive ale ramurilor de drept public; cunoască unele instituții juridice ale ramurilor de drept public: drept constituțional, drept administrativ, drept penal, drept procesual penal; dezvolte interesul pentru domeniul dreptului public și profesia de jurist.
Teme de bază: I. Conceptul statului (4 ore): 1.1 Noțiunea și semnele statului. 1.2 Mecanismul statului. 1.3 Funcțiile statului. 1.4 Formele statului. 1.5 Conceptul statului de drept. II. Conceptul dreptului (4 ore): 2.1 Sensurile noțiunii de drept. 2.2 Principiile dreptului. 2.3 Funcțiile dreptului. 2.4 Izvoarele dreptului. III. Sistemul dreptului (3 ore): 3.1 Noțiunea și semnele normei juridice. 3.2 Noțiunea de instituție juridică. 3.3 Diviziunea dreptului în public și privat. 3.4 Ramurile dreptului public. IV. Sistemul legislației (4 ore): 4.1 Noțiunea de act normativ-juridic și clasificarea actelor normativ-juridice. 4.2 Noțiunile de lege și de legislație. 4.3 Categoriile de legi. Codurile de legi. 4.4 Acțiunea legii în timp, spațiu și față de persoane. V. Elemente de drept constituțional (4 ore): 5.1 Noțiunea și izvoarele dreptului constituțional. 5.2 Noțiunea de Constituție. Structura și conținutul Constituției Republicii Moldova. 5.3 Noțiunea de cetățenie. Dobândirea și pierderea cetățeniei. 5.4 Drepturile și libertățile fundamentale. 5.5 Îndatoririle fundamentale. VI. Elemente de drept administrativ (3 ore): 6.1 Noțiunea și izvoarele dreptului administrativ. 6.2 Organele



administrației publice centrale. Președintele Republicii Moldova. Guvernul Republicii Moldova. Ministerele. 6.3 Organele administrației publice locale.

VII. Elemente de drept penal (4 ore): 7.1 Noțiunea și principiile dreptului penal. Codul penal. 7.2 Noțiunea de infracțiune. 7.3 Temeiurile răspunderii juridice penale. 7.4 Circumstanțele care înlătură răspunderea juridică penală. 7.5 Noțiunea și categoriile de pedepse.

VIII. Elemente de drept procesual penal (4 ore): 8.1 Noțiunea, izvoarele și principiile dreptului procesual penal. 8.2 Fazele procesului penal. 8.3 Participanții la procesul penal. 8.4 Partea acuzării. Partea apărării. 8.5 Măsurile procesuale de constrângere.

Strategii de evaluare: teste de evaluare dinamică, susținerea referatelor, lucrări de control, examen oral.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Resursele informaționale ale cursului

1. BOTNARI, Elena. *Introducere în studiul dreptului: teoria generală a dreptului*. Note de curs. Bălți: Presa universitară bălțeană, 2011.
2. *Bazele statului și dreptului Republicii Moldova* / Avornic Gh., Baieș S. ș.a. Chișinău, 1994.
3. BORODAC, Alexandru, ș.a. *Manual de drept penal. Partea generală*. Chișinău: Tipografia centrală, 2005.
4. CÎRNAȚ, Teo. *Drept constituțional*. Chișinău, 2010.
5. COBÎNEANU, Sergiu. *Drept administrativ*. Chișinău, 2013.
6. Constituția Republicii Moldova din 29 iulie 1994 // *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, august 1994, nr.1, cu modificări și completări ulterioare.
7. Codul penal al Republicii Moldova, (nr.985-XV, 18 aprilie 2002) // *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 13 septembrie 2002, nr.128-129.
8. Codul de procedură penală a Republicii Moldova, (nr.122-XV, 14 martie 2003) // *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 7 iunie 2003, nr. 104-110 (1197-1203).
9. DOLEA Igor, ROMAN Dumitru. *Drept procesual penal*. Chișinău: editura Cartier Juridic, 2007.
- LUPU, Gheorghe; AVORNIC, Gheorghe. *Teoria generală a dreptului: manual*. Studiu teoretic introductiv. Chișinău: Editura Lumina, 1997.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS ELEMENTE DE DREPT PRIVAT

Codul cursului în programul de studii: U.05.A.034
Domeniul general de studii la care se referă unitatea de curs: 041 Științe economice
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Drept și Științe Sociale
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de drept privat
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă unitatea de curs: Anul III, Semestrul 5
Titularul unității de curs:
Descrierea succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii <i>Elemente de drept privat</i> este unitatea de curs opțională, care vine de a familiariza studenții specialităților nejuridice cu particularitățile distinctive ale ramurilor de drept privat. În cadrul acestei unități de curs, studenții își vor dezvoltata competențele formate în cadrul unităților de curs socio-umane, precum: Istoria, Filosofia și problemele filosofice ale domeniului; Construcția europeană; Civilizația europeană etc. Vor studia particularitățile raporturilor de dreptul civil, dreptul muncii, dreptul familiei, dreptul comercial, drept procesual civil.
Competențe prealabile: Studentul trebuie să cunoască conceptele de bază ale statului și dreptului, diviziunea puterilor în stat, studiate în cadrul cursurilor de Istorie, Construcție europeană, Civilizație europeană, Filosofia și problemele filosofice ale domeniului etc.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: <i>Studentul va fi capabil să:</i> să perceapă fenomenul juridic al societății la general: conceptul dreptului, sistemul dreptului, sistemul legislației și unele aspecte introductive ale ramurilor dreptului privat: drept civil, dreptul familiei, dreptul muncii, drept procesual civil; să contureze unele viziuni generale asupra dreptului obiectiv și legislației statului; să înțeleagă diviziunea dreptului în public și privat; să distingă particularitățile distinctive ale ramurilor de drept privat; să cunoască particularitățile generale ale unor instituții juridice ale ramurilor de drept privat: drept civil, dreptul familiei, dreptul muncii, drept procesual civil; să dezvolte interesul pentru domeniul dreptului și profesia de jurist.
Teme de bază: 1. Noțiuni generale privind dreptul privat: Sistemul dreptului; Diviziunea dreptului în drept public și drept privat; Particularitățile distinctive ale ramurilor de drept privat. 2. Caracterizarea generală a dreptului civil: Definiția dreptului civil; Obiectul și metoda de reglementare a dreptului civil; Izvoarele dreptului civil; Principiile dreptului civil; Raportul juridic civil. 3. Persoana fizică. Persoana juridică: Persoana fizică – subiect al raportului juridic civil; Capacitatea civilă a persoanei fizice; Individualizarea persoanelor fizice; Persoana juridică – subiect al raportului juridic civil; Capacitatea civilă a persoanei juridice; Individualizarea persoanelor juridice. 4. Actul juridic civil: Noțiunea și clasificarea actelor juridice civile; Condițiile de valabilitate ale actelor juridice civile; Nulitatea actului juridic civil. 5. Dreptul de proprietate: Noțiunea și caracterile juridice ale dreptului de proprietate; Atributele dreptului de proprietate; Formele dreptului de proprietate; Dreptul de proprietate comună. 6. Contractul civil: Noțiunea și clasificarea contractelor; Încheierea contractului; Efectele contractului. 7. Caracterizarea generală a dreptului familiei: Noțiunea de familie; Definiția și obiectul de reglementare a dreptului familiei; Izvoarele și principiile dreptului familiei; Căsătoria.



8. Caracterizarea generală a dreptului muncii: Definiția, obiectul și metoda de reglementare a dreptului muncii; Izvoarele dreptului muncii; Principiile dreptului muncii; Raporturile juridice de muncă; Contactul colectiv de muncă și convenția colectivă; Contractul individual de muncă.

9. Caracterizarea generală a dreptului comercial: Definiția și obiectul de reglementare a dreptului comercial; Izvoarele dreptului comercial; Subiectele dreptului comercial.

10. Caracterizarea generală a dreptului procesual civil: Noțiuni generale privind justiția și procesul civil; Principiile dreptului civil; Participanții la procesul civil; Competența generală și jurisdicțională; Actele de procedură și termenele procedurale; Acțiunea civilă.

Strategii de evaluare: teste de evaluare curentă, susținerea referatelor, lucrări de control, examen oral.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, debaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Resursele informaționale ale cursului

1. Constituția Republicii Moldova, adoptată la 29.07.1994.
2. Codul civil al Republicii Moldova, nr. 1107-XV din 06.06.2002.
3. Codul familiei al Republicii Moldova, nr. 1316 - XIV din 26.10.2000.
4. Codul muncii al Republicii Moldova, nr. 154-XV din 28.03.2003.
5. Codul de procedură civilă al Republicii Moldova, nr.255 - XV din 30.05.2003.
6. BAIEȘ, S., ROȘCA, N. *Drept civil. Partea generală. Persoana fizică. Persoana juridică*. Chișinău: Cartier, 2004.
7. BOIȘTEANU, E., ROMANDAȘ, N. *Dreptul muncii: manual*. Chișinău: Tipografia centrală, 2015.
8. BOTNARI, E. *Introducere în studiul dreptului: teoria generală a dreptului. Note de curs*. Bălți: Presa universitară bălțeană, 2011.
9. CĂRPENARU, St. *Tratat de drept comercial român*. București: Universul Juridic, 2012.
10. FLORIAN, E., PÎNZARI, V., *Căsătoria în legislația României și a Republicii Moldova*. Cluj-Napoca: Editura Sfera Juridică, 2006.
11. PÎNZARI, V. *Dreptul familiei*. București: Editura Universul Juridic; 2015.
12. POENARU, E. *Drept civil. Teoria generală. Persoanele*. București: ALL BECK, 2002.
13. PRISAC, A. *Drept procesual civil. Partea generală*. Chișinău: Cartier juridic, 2013.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS LOGISTICA ȘI DISTRIBUIREA MĂRFURILOR

Codul cursului în programul de studii: S.05.O.135
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice.
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul III, semestrul 5
Titular de curs: Slutu Rodica dr., lector. univ.
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Cursul „Logistica și distribuția mărfurilor” are drept scop formarea specialistului capabil să abordeze tehnicile și instrumentele referitoare la logistică, să cunoască elementele mixului logistic. Un manager competitiv trebuie să cunoască metodele de distribuție eficiente și căile de raționalizare a transportului și depozitării mărfurilor. Pentru însușirea obiectului dat, drept bază le servesc cunoștințele căpătate la așa discipline cum sunt: „Marketing”, „Fundamentele managementului organizației”, „Fundamentele științei mărfurilor”.
Competențe prealabile: - cunoașterea conceptelor de bază ale logisticii întreprinderii, sistem logistic, aprovizionare, distribuție fizică, logistica integrată, depozitare etc. - determinarea alternativelor de transport, capacitatea de amenajare a mărfurilor în depozit, capacitatea de alegere a rutei în organizarea transportului, capacitatea de planificare a stocurilor de materiale și mărfuri. - capacitatea de analiză a fluxurilor din cadrul lanțului logistic, analiza alegerii locației unui deposit, analiza activităților de bază și de susținere a mixului logistic. - capacitatea de a relata explicit, oral și în scris, conținuturile teoretice ale disciplinei și rezultatele cercetărilor efectuate. capacitatea de documentare, selectare, organizare și cercetare a informațiilor necesare pentru studierea acestui curs.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.

**Finalități de studii realizate la finele cursului:**

La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil:

- să poată să analizeze fluxurile din cadrul lanțului logistic, relațiile dintre logistică și mixul de marketing;
- să-și formeze abilități de organizare a activităților logistice în cadrul întreprinderilor;
- să-și formeze deprinderi de planificare a stocurilor atât în condiții de certitudine cât și incertitudine, de calculare a costurilor în transport;
- să elaboreze un studiu asupra măsurii nivelului de servire a clienților întreprinderii, modalităților de organizare a transportului în interiorul întreprinderii cât și în exterior.

Teme de bază:

Conținutul și componentele logisticii. Relațiile dintre logistică și marketing. Distribuția în sistemul logistic. Cumpărarea mărfurilor în logistică. Transportul mărfurilor în logistică. Stocurile de mărfuri în logistică. Depozitarea mărfurilor în logistică. Organizarea activităților logistice.

Strategii de predare-învățare:

Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluarea curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, eseu: Pregătirea cadrelor în domeniul activității logistice și dezvoltarea serviciilor logistice. Repartizarea funcțiilor de bază între participanții lanțului logistic. Particularitățile interfeței mixului de marketing și mixului logistic. Studiu de caz: Determinarea suprafețelor de depozitare a resurselor materiale și a produselor agroalimentare, pentru depozitele care meazăse construie.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. BALAN, C. *Logistica*. București: Editura Uranus, 2004.
2. RISTEA, A.L.; PURCAREA, Th.; TUDOSE, C. *Distribuția marfurilor*. București: Editura Didactica și Pedagogica, 2006.
3. TURCOV, E.; PETROVICI, S.; PETROVICI, A. *Tehnologiile comerciale și logistica*. Chișinău: Editura ASEM, 2005.

Bibliografie opțională:

4. BALAȘESCU, M.; BALAȘESCU, S. *Restructurarea activităților din domeniul distribuției bunurilor de consum final, în condițiile integrării României în Uniunea Europeană*. Chișinău: Editura Universitatea Tehnică a Moldovei, 2005.
5. COSTEA, C. *Firma de comerț în economia de piață*. București: Editura Uranus, 2004.
- GATTORNA, John L. (coord.) *Managementul logisticii și distribuției*. București: Editura Teora, 2001.
6. KOTLER, Ph.; ARMSTRONG, G.; SAUNDERS, J. ș.a. *Principiile marketingului*. București: Editura Teora, 1999.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS MARKETING INTERNAȚIONAL

Codul cursului în programul de studii: S.05.O.136
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice.
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul III, semestrul 5
Titular de curs: Slutu Rodica dr., lector univ., Chiseliov Lilia, asist.univ.
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Cursul „Marketingul internațional” are drept scop formarea specialistului capabil să abordeze tehnicile și instrumentele referitoare la marketingul internațional, să cunoască elementele mixului serviciilor internaționale. Un manager competitiv trebuie să cunoască specificul formării mixului internațional, metodele de distribuție internațională precum și specificul formării politicii promoționale. Pentru însușirea obiectului dat, drept bază le servesc cunoștințele căpătate la așa discipline cum sunt: „Marketing”, „Fundamentele managementului organizației”, „Fundamentele științei mărfurilor”.
Competențe prealabile: - cunoașterea conceptelor de bază ale marketingului internațional, mediului de marketing internațional, metode cantitative și calitative de cercetare a pieței internațional etc. - determinarea alternativelor de distribuție în marketingul internațional, precum și a prețurilor pe piețele internaționale; - capacitatea de analiză a culturii internaționale și ajustarea politicii promoționale la tradițiile și obiceiurile de pe aceste piețe; - capacitatea de a relata explicit, oral și în scris, conținuturile teoretice ale disciplinei și rezultatele cercetărilor efectuate. capacitatea de documentare, selectare, organizare și cercetare a informațiilor necesare pentru studierea acestui curs.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP2. Aplicarea de principii și metode din științele fundamentale pentru elaborarea modelelor unor situații-problemă concrete marketingului internațional; CP3. Utilizarea adecvată de criterii și metode-standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, avantajele și limitele deciziilor pentru rezolvarea problemelor; CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să poată să analizeze politicile mixului de marketing internațional, particularitățile politicii promoționale; - să-și formeze abilități de cercetare a piețelor internaționale; - să-și formeze deprinderi de planificare și aplicare a strategiilor de marketing la nivel internațional; - să elaboreze un studiu asupra mediului de marketing al întreprinderii la nivel internațional.
Teme de bază: Concepte de marketing internațional. Mediul de marketing. Politica de produs în marketingul internațional. Prețul în marketingul internațional. Distribuția produselor în marketingul internațional. Promovarea în marketingul internațional. Târgurile și expozițiile internaționale.



Strategii de predare-învățare:

Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluarea curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, eseu: Mediul politic în marketingul internațional. Importanța comunicării în marketingul internațional. Conceperea produselor pentru piețele străine.

Studiu de caz: Analiza marketingului companiilor (IBM, Coca Cola, Microsoft, Sony etc. Tendințe în marketingul/global internațional. Comerțul electronic. Piața de retail din UE/de pe plan internațional.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. DANCIU, V., *Marketing internațional. Provocări și tendințe la începutul mileniului trei*. București: Editura Economică, 2005.
2. SASU, C., *Marketing internațional*. Iași: Ediția a treia, Editura Polirom, 2005.

Bibliografie opțională:

1. ADĂSCĂLIȚEI, V., *Euromarketing*. București: Ediția a doua, Editura Uranus, 2005.
2. BARI, T.I., *Tratat de economie politică globală*. București: Editura Economică, 2010.
3. BAUER, E., *Internationale Marketingforschung*. München: Ediția a treia, Editura Vahlen, 2002.
4. CROUE, C., *Marketing International*. Paris: Ediția a patra, Editura De Boeck, Bruxelles, 2003.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS STRATEGIA VÂNZĂRILOR

Codul cursului în programul de studii: S.05.A.137
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 3
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul III, semestrul 5
Titular de curs:
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Cursul propus vine cu o serie de strategii de convingere care în cele mai multe dintre cazuri, aduc succes în relația cu clientul direct. Vom învăța despre diferența dintre a face prezentări și a face vânzări. Vom învăța despre sistemele cele mai puternice de influențare, argumentare și persuasiune. Cursul se adresează personalului implicat în activitatea de promovare și vânzare directă a produselor și serviciilor financiar-bancare, personalului din front office – casierie, operatori ghișeu, consultanți PF & PJ, alți brokeri implicați în activitatea de vânzări produse financiar-bancare etc.
Competențe prealabile: - aplicarea cunoștințelor învățate, pe baza unei strategii de vânzare; - aplicarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare; - cunoașterea generală a principalelor metode de vânzare.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice.; CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală..
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să faciliteze înțelegerea și asumarea terminologiei, a conceptelor și a bunelor practici necesare relațiilor cu clienții; - să sporească capacitățile de a identifica potențialii clienți, de a le înțelege nevoile și de a le vinde soluții cu rol de valoare adăugată; - să faciliteze asumarea unei conduite profesionale marcată de integritate, onestitate și responsabilitate în domeniul vânzărilor.
Teme de bază: Vânzarea. Principii generale. Vânzător, client, produse și servicii. Ce vindem, de fapt? Clientul. Obținerea și menținerea satisfacției clientului. Elemente de programare neuro-lingvistică (NLP) aplicate în vânzări. Etapele procesului de vânzare. Influențare și persuasiune în vânzări. Vânzarea on-line. Lucrul în rețele de vânzări directe
Strategii de predare-învățare: Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren.
Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, studiu de caz: „Modul de lucru orientat către client: de la produs la soluțiile pentru client (beneficiile clientului).”, , rezolvarea problemelor.



Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $Nf = Nc \times 0,6 + Ne \times 0,4$, unde Nf – nota finală; Nc – nota reușitei curente; Ne – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. CARON, Nicolas *Cum să vinzi clienților dificili*. Iași: Editura Polirom, 2008
2. GOLEMAN, D. *Inteligența emoțională*. București: Curtea Veche, 2001
3. KNIGHT, Sue *Tehnicile programării neuro-lingvistice*. București: Ed. Curtea Veche, 2004
4. LAKIN, Duane *Asul din manecă. Vinde prin NLP*, Ed. Amaltea, 2007
5. RHEE, Jan Roel van, *Ghid pentru satisfacerea clienților. 50 de ponturi practice pentru un mod de lucru orientat-client*. Iași: Ed. Samia, 2007



FIȘA UNITĂȚII DE CURS BAZELE ASIGURĂRILOR ȘI REASIGURĂRILOR

Codul cursului în programul de studii: S.05.A.138
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 3
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul III, semestrul 5
Titular de curs: asist. univ., Corina NICHITCIN
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Unitatea de curs „Bazele asigurărilor și reasigurărilor” are menirea de a studia particularitățile asigurărilor, axându-se îndeosebi pe sfera practicii asigurărilor din Republica Moldova, dar și ținând cont de cerințele adaptării acestora la standardele internaționale, oferind astfel o bună pregătire teoretică și practică specialiștilor economiști în domeniul respectiv. Studentul prealabil trebuie să posede la nivel teoretic și aplicativ competențe aferente asigurărilor vizate în teoriile și doctrinele economice, finanțe publice.
Competențe prealabile: - cunoașterea conceptului de asigurare; - cunoașterea apariției și dezvoltării relațiilor de asigurare; - identificarea criteriilor de clasificare ale asigurărilor; înțelegerea principiului de funcționare a asigurărilor sociale și medicale de stat.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice din domeniul asigurărilor. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a situațiilor economice din domeniul asigurărilor. CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să examineze și să aplice în practică prevederile legislației în vigoare cu privire la activitatea de asigurări în Republica Moldova, operând cu terminologia din domeniul asigurărilor; - să perfecțeze cereri, contracte și polițe de asigurare; - să calculeze primele de asigurare, ținând cont de obiectul asigurării și mărimea despăgubirii de asigurare în baza principiilor existente.
Teme de bază: Esența economică, rolul și funcțiile asigurărilor în economia de piață. Conceptul de asigurare. Elementele tehnice și clasificarea asigurărilor. Contractul de asigurare. Principiile de bază ale asigurărilor generale de bunuri. Asigurările agricole. Asigurările de persoane. Asigurarea de răspundere civilă. Asigurarea de transport. Asigurările indirecte (reasigurarea). Protecția consumatorului și mecanismele de soluționare a reclamațiilor în domeniul asigurărilor.
Strategii de predare-învățare: Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbaterile, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.
Strategii de evaluare: evaluare curentă prin testarea în scris a cunoștințelor, chestionarea orală, evaluarea sarcinilor pentru lucrul individual, evaluarea proiectelor pe tematica propusă, examen oral.
Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminare și de laborator. Nota finală se



calculează conform formulei: $Nf = Nc \times 0,6 + Ne \times 0,4$,

unde Nf – nota finală; Nc – nota reușitei curente; Ne – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. Legea nr.407-XVI din 21.12.2006 „Cu privire la asigurări” cu modificările și completările ulterioare. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr. 47 – 49/213 din 06.04.2007
2. Legea nr. 414-XVI din 22.12.2006 „Cu privire la asigurarea obligatorie de răspundere civilă pentru pagube produse de autovehicule” cu modificările și completările ulterioare. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr. 32– 35 din 09.03.2007
3. Legea nr. 243-XV din 08.07.2004 „Privind asigurarea subvenționată a riscurilor de producție în agricultură”. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr. 132 – 137/704 din 06.08.2004;
4. Ghidul asiguratului. Anexă la înscrierea protocolară nr. 7/10 din 22.02.2013. Chișinău, 2013, 35 p. [sursă on-line] Disponibil: <http://www.cnpf.md/md/ghid/>;
5. FOTESCU, S.; ȚUGULSCHI, A. *Asigurări și reasigurări*. Note de curs. Chișinău: ASEM, 2006. [sursă on-line] Disponibil: <http://www.lib.ase.md/wp-content/uploads/publicatii/2006/Asigurari%20&%20reasigurari.pdf>;
6. LUNGU, N. C. *Asigurări de bunuri*. Iași: Ed. „Al. I. Cuza”, 2009, 189 p.
7. MIRON, O. *Inițiere în asigurări*: (note de curs). Cahul: Univ. de Stat „B. P. Hasdeu”, 2007, 91 p.
8. TARAN, S. *Manual de asigurări în transportul auto*. Chișinău: „Pontos” SRL, 2011, 122 p.
9. ȚUGULSCHI, A.; LUCA, L. *Bazele asigurărilor: curs universitar*. Chișinău: ASEM, 2013, 216 p.

Bibliografie opțională:

1. Legea nr.1553-XIII din 25.02.1998 „Cu privire la asigurarea obligatorie de răspundere civilă a transportatorilor față de călători”. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr. 038 din 30.04.1998;
2. DOBRIN, M. *Asigurări și reasigurări*. București: Ed. Fund. „România de Măine”, 2000, 272 p.
3. KICSI, R.; COZORICI, A. *Asigurări și reasigurări*. Curs de învățămînt la distanță. 2007. [sursă on-line]. Disponibil: http://www.seap.usv.ro/~ro/cursuri/ECTS/ECTS_AR.pdf
4. LAZĂR, Gh.; MIRCEA, I.; PURCARU, I. *Asigurări de persoane și bunuri: Aplicații. Cazuri. Soluții*. București: Ed. Economică, 1998, 272 p.
5. SÂRBU, V. *Tendențele dezvoltării pieței de asigurări pe plan internațional și național în condițiile economiei concurențiale*. Sibiu „Alma mater”, 2004, 207 p.
6. БАЛАБАНОВ, И. Т.; БАЛАБАНОВ А. И. *Страхование*: учеб. для вузов. Питер, АООТ Тип. «Правда» 2002, 250 p.
7. ВЫСОЦКАЯ, Т. В.; СЫРБУ, В. И. *Международное страхование и перестрахование*. К: Молдавская Экон. Акад., Каф. «Финансы и страхование», 2006, 120 p.
8. ГВОЗДЕНКО, А.А. *Основы страхования*: учеб. для вузов. М.: Финансы и статистика, 2000, 301 p.
9. ЧАВДАРЯ, М.И.; АКСЮКА, В.А. *Настольная книга страхователя и страховщика: Законодательные и нормат. акты о страховании и страх. деятельности в РМ*. К.: Vivar - Editor, 2001, 279 p.
10. ТАРАН, С.; КОНДРАТЬЕВ, В. *Страхование на автотранспорте: пособие для междунар. автотранспортчиков Респ. Молдова*. К.: [S. n.], 2008, 64 p.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS TRANZACȚII COMERCIALE

Codul cursului în programul de studii: S.05.A.139
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 3
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul II, semestrul 4
Titular de curs:
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Unitatea de curs „Tranzacții comerciale” prevede studierea activităților comerciale legate de importul-exportul mărfurilor. Conceptele de bază ale disciplinei sunt importul și exportul ca niște componente-cheie ale comerțului internațional. În comerțul internațional o importanță deosebită o are aplicarea cunoștințelor teoretice, care reprezintă o viziune complexă a raționalizării activității comerciale prin intermediul optimizării proceselor legate de aceste activități
Competențe prealabile: - aplicarea cunoștințelor învățate, pe baza unei strategii de evaluare conștientă a realității; - utilizarea adecvată a cunoștințelor fundamentale de teorie economică în domeniul tranzacțiilor economice internaționale și al metodelor moderne specifice acoperirii riscurilor în domeniu; - cunoașterea tehnicilor ale plăților internaționale; cunoașterea procedurii contractării și derulării exportului și importului”
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să cunoască terminologia de specialitate cu care operează disciplina; - să demonstreze capacități de analiză, sinteză și interpretare a unor situații practice.
Teme de bază: Importanța tranzacțiilor economice internaționale. Comerțul internațional și dezvoltarea. Sistemul de informare privind piața și partenerii externi. Contractul de vânzare-cumpărare internațională. Aspecte privind operațiunile comerciale combinate. Tranzacții comerciale speciale. Instrumente de plată în tranzacțiile economice internaționale. Mecanisme și metode utilizate în stingerea obligațiilor ocazionate de schimburile internaționale. Riscul în tranzacțiile comerciale internaționale. Finanțarea schimburilor economice internaționale. Eficiența afacerilor economice și financiare internaționale.
Strategii de predare-învățare: Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbaterile, realizarea sarcinilor



practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, un studiu de caz complet asupra unei tranzacții comerciale realizate de societatea comercială la care s-a efectuat practica, rezolvarea problemelor.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminare și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $Nf = Nc \times 0,6 + Ne \times 0,4$, unde Nf – nota finală; Nc – nota reușitei curente; Ne – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. GHEORGHE, C. (coordonator) *Tranzacții economice internaționale*. Cluj-Napoca: ed. Imprimeria Ardealul, 2009, ISBN 973-86547-8-5(cap.I – VIII)
2. IOAN, P. *Tehnica operațiunilor de comerț exterior*. București: Editura Economica, 2008
3. POPA, I. *Tranzacții de comerț exterior*. București: Ed. Economică, 2002
4. Statistici naționale privind comerțul exteior www.insse.ro.
5. Informații statistice și uzanțe europene www.europa.eu si www.iccwbo.org

Bibliografie opțională:

1. POPA, I. *Tranzacții comerciale internaționale*. București: Ed. Economică, 1998.
2. PRUTEANU, O. *Managementul calității totale*. Iași: Editura Junimea, 1998.
3. PURCĂREA, T. *Management comercial*. București: Ed. Expert, 1994.
4. VIORICA I.; MANOELA P. *Bazele comerțului*. București: Editura: Oscar Print, 2010.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS ECONOMIE REGIONALĂ

Codul cursului în programul de studii: S.05.A.140
Domeniului general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului, Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 3
Anul și semestrul în care se predă: anul III, semestrul 5
Titularul: dr. hab., prof. univ. Leonid BABII
Descriere succintă a corelării / integrării cu / în programul de studii. Studierea unității de curs „Economia regională” constituie baza teoretică pentru însușirea specialității alese de către studenți pe parcursul instruirii lor la ciclul II – studii superioare de master, precum și o oportunitate de a căpăta abilități practice, care vor fi utilizate în munca nemijlocită la specialitate. Este o parte integrantă a procesului de formare a viitorilor specialiști în domeniul „Marketing și logistică”. Studiarea unității de curs „Economia regională” se bazează pe cunoștințele obținute de către studenți la astfel de discipline ca: „Teoria economică”, „Economia întreprinderii”.
Competențe prealabile: Posedarea, prealabil, la nivel teoretic și aplicativ a competențelor în domeniul teoriei economice (principiilor economiei de piață, macroeconomiei, microeconomiei, finanțelor, monedei și creditului etc.), după cum urmează: definirea, interpretarea și analiza legilor, a legităților și a fenomenelor economice și financiare; identificarea tipurilor de întreprinderi și a mecanismului economic de funcționare a organizației economice; determinarea rolului decisiv al indicatorilor activității economico-financiare în funcționarea mecanismului întreprinderii. Cunoașterea metodelor moderne de analiză, a metodele de bază ale cercetărilor științifice; accesarea rețelei Internet, poștei electronice; utilizatori eficienți programelor Windows, Excel, Microsoft Office Publisher, Microsoft Office Power Point etc.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipă. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: 1. Să descrie aprofundat principalele planuri strategice, obiectivele și politicile de dezvoltare regională; 2. Să identifice exigențele europene privind dezvoltarea economică în profil teritorial; 3. Să explice necesitatea diminuării disparităților în profil și să identifice noi domenii cu potențial de dezvoltare; 4. Să aprecieze constructiv compatibilitățile dintre exigențele europene și necesarul de dezvoltare a Moldovei; 5. Să elaboreze un proiect de cercetare privind potențialul de dezvoltare economică în profil teritorial, ținând cont de exigențele europene în domeniu.
Teme de bază: Bazele teoretice ale Economiei regionale. Concepte, teorii și modele privind economia regională și structurile regionale. Regiunile: instrumentarul, strategia, modelul dezvoltării durabile. Politici și strategii de dezvoltare regională. Planificarea strategică și dirijarea dezvoltării regionale. Organizarea și principiile de gestionare a economiei regiunii. Dezechilibrul social, economic și economia spațială. Aspecte privind sistemul financiar al regiunii. Regiunea de dezvoltare Nord. Regiunea de dezvoltare Centru. Regiunea de dezvoltare Sud. Regiunea de dezvoltare Chișinău. Regiunea de dezvoltare UTA Găgăuzia și Transnistria. Planul Național de dezvoltare. Dezvoltarea regională – o șansă pentru creșterea competitivității Moldovei.
Strategii didactice: Expunerea, prelegerea interactivă, demonstrația, problematizarea, lucrul în grup, studiu de caz, studiul individual,



discuții interactive, lucrul cu manuale și textele lecțiilor, dezbateră.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, studiu de caz, rezolvarea problemelor.

Bibliografie obligatorie:

1. Legea privind administrația publică locală, nr. 436-XVI din 28.12.2006 //Monitorul Oficial nr. 32-35 din 09.03.2007.
2. Legea privind finanțele publice locale, nr. 397-XV din 16.10.2003 // Monitorul Oficial, 19.12.2003, nr. 248-253.
3. Legea privind Dezvoltarea Regională în Republica Moldova nr. 438-XVI din 28.12.2006 //Monitorul Oficial, 16.02.2007, nr. 21-24.
4. Legea privind descentralizarea administrativă, nr. 435-XVI din 28.12.2006 //Monitorul Oficial, 02.03.2007, nr. 29-31.
5. Legea cu privire la zonele economice libere, nr. 1313-XV din 26.07.2002 //Monitorul Oficial, 05.08.2002, nr. 113-114.
6. Legea pentru aprobarea Regulamentului – cadru privind instituirea și funcționarea consiliilor locale și regionale, nr. 457-XV din 14.11.2003 //Monitorul Oficial, 19.12.2003, nr. 248-253.
7. Codul fiscal al Republicii Moldova nr. 1163-XIII din 24 aprilie 1997 //Monitorul Oficial, 08.02.2007, ediție specială.
8. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 242 din 01.03.2005, Cu privire la aprobarea Programului Național „Satul Moldovenesc” (2005-2015) //Monitorul Oficial, 17.05.2005.
9. BABII, L. *Județul Bălți: starea, probleme și perspective*. Bălți, 1999.
10. BABII, L. *Economia regională*. Chișinău, 2008.
11. BABII, L. *Mecanismul economic de realizare a politicii regionale în agricultură în condițiile de trecere la economia de piață*. Bălți, 1999.
12. CONSTANTIN, D. L. *Economie regională, sinteze*. București: Editura Oscar Prit, 2002.
13. IUHAS, V. *Dezvoltarea economică Regională*. Iași: Ediția EMIA, 2004.
14. MANOLE, T. *Finanțele publice locale: rolul lor în consolidarea autonomiei financiare la nivelul unităților administrativ-teritoriale*. Chișinău: Editura Epigraf, 2003.
15. NICOLAE, V. *Previziuni macroeconomice*. București: Editura AIE, 2002.
16. PUȘCAȘU, V. *Dezvoltarea regională*. Ediția economică, București, 2000.
17. БУТОВ, В. И др. *Основы региональной экономики*. М.: 2001-448 с.
18. ГАВРИЛОВ, А.И. *Региональное экономическое управление*. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002-238 с.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS COMERȚ ELECTRONIC

Codul cursului în programul de studii: S.05.A.141
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul III, semestrul 5
Titular de curs:
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Cursul asigură instruirea primară pentru profesii de genul : designer web, web developer, web support, administrator situri web. Dezvoltarea tehnologiilor Internet necesită din ce în ce mai multe persoane calificate în crearea și manipularea sistemelor și conținutului electronic prin intermediul tehnologiilor web. Coroborat cu o creștere a companiilor cu sediu în Iași, cererea de persoane specializate în tehnologiile Web este din ce în ce mai mare.
Competențe prealabile: -deținerea cunoștințelor privind ciclul de viață al dezvoltării siturilor web; -transpunerea în practică a etapelor de dezvoltare a siturilor web de comerț electronic; -identificarea riscurilor de securitate și piedicilor în dezvoltarea comerțului electronic; cunoașterea generală a principalelor aplicații conexe comerțului electronic.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să cunoască principalele aspecte privind dezvoltarea sistemelor informaționale în mediul Internet; - să cunoască și să înțeleagă toate procesele comerțului electronic, precum și cerințele față de aceste procese; - să posede deprinderea de a coordona cu activitățile ce reglementează comerțul electronic, trebuie să interpreteze corect problemele comerciale și de antreprenariat în întregime, trebuie să țină cont că deciziile adoptate, ce pot influența relațiile comerciale în ansamblu.
Teme de bază: Elemente introductive.Istoria și evoluția Comerțului Electronic. Cele mai cunoscute site-uri de ecommerce și modul de funcționare. Forme de manifestare a comerțului electronic. Business rules: Avantaje, Diferente, Tendinte. Instrumente și platforme de ecommerce. Strategii de ecommerce. Elemente de branding: Sigla, culori, logo, moto. Elemente generale de securitate în Comerțul Electronic. Asistența și suportul utilizatorilor de eCommerce. Aplicații de business pentru eCommerce: ERP, CRM, SCM. Limbaje de programare actuale în Web. Viitorul eCommerce
Strategii de predare-învățare:



Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbaterile, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, studiu de caz: „Tehnologii Informaționale pentru Afaceri”, „Instrumente Software pentru Afaceri”, rezolvarea problemelor.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminare și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. ANONYMOUS, R. *Securitatea în Internet: ghidul hacker-ului pentru rețele conectate on-line și situri Web: ghidul expertului - scris de un hacker cu experiență*. București: Editura Teora, 2000
2. BRYNJOLFSSON, E.; URBAN, G., *Strategies for E-Business Success*, Wiley. San Francisco, 2001.
3. BURCIU, A.; KICSI, R.I.; CIBOTARIU, I.S.; HURJUI, M.C., *Tranzacții comerciale internaționale*. Iași: Editura Polirom, 2010
4. KILMER, W. *Rețele de calculatoare și Internet pentru oameni de afaceri*. București: Editura Teora, 2002.
5. OPREA, D.; AIRINEI, D.; FOTACHE, M. (coord.), *Sisteme informaționale pentru afaceri*. Iași: editura, Polirom, 2002

Bibliografie opțională:

1. POPESCU, D. *Comerț & Afaceri Mobile*. Iași: Editura Universității Alexandru Ioan Cuza, 2007.
2. BELU, M.; PARASCHIV, D.; COMĂNESCU, A.M, *Tranzacții pe Internet*. București: Editura Economică, 2004.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS FISCALITATE

Codul cursului în programul de studii: S.05.O.142
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul III, semestrul 5
Titular de curs: asist. univ., Corina NICHITCIN
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Unitatea de curs „Fiscalitate” are o importanță deosebită în formarea specialiștilor economiști, reprezentând o treaptă necesară pentru crearea și consolidarea unui sistem de cunoștințe teoretice și abilități practice în domeniul fiscal, care va permite viitorilor specialiști să facă față cerințelor crescânde ale economiei de piață, fiind competitivi pe piața muncii. În cadrul unității de curs „Fiscalitate” este abordat cercul de probleme legate de organizarea relațiilor fiscale care apar între contribuabil și bugetul de stat. Astfel, se studiază particularitățile tuturor impozitelor și taxelor practicate în Republica Moldova și sunt examinate diverse aspecte ce țin de raporturile care apar între contribuabil și stat în procesul desfășurării activității economice.
Competențe prealabile: – cunoașterea noțiunii de impozit și a apariției și evoluției impozitelor în societate; – clasificarea impozitelor după diferite criterii; – cunoașterea teoriilor și principiilor care stau la baza fiscalității; – cunoașterea conceptului de politică fiscală; determinarea rolului impozitelor și taxelor la nivel micro și macroeconomic și a impactului acestora asupra economiei.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor/situațiilor economice. CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipă. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: – să definească conceptele de bază din domeniul fiscalității; – să aplice în practică prevederile actelor normative și legislative cu atribuție fiscală valabile în Republica Moldova; – să stabilească mărimea venitului impozabil, ținând cont de specificul calculării acestui indicator pentru agenții economici și pentru persoanele fizice care nu desfășoară activitatea de antreprenoriat; – să calculeze sumele datorate bugetului de stat pentru diferite tipuri de impozite și taxe, aplicând cotele de impozitare corespunzătoare și scutirile la care are dreptul contribuabilul; – să perfecteze declarațiile și dările de seamă fiscale.
Teme de bază: Bazele impozitării. Sistemul fiscal al Republicii Moldova. Impozitul pe venit aferent persoanelor care practică activitatea de antreprenoriat. Impozitul pe venit reținut la sursa de plată. Taxa pe valoare adăugată. Accizele. Impozitul privat. Taxele rutiere și taxele vamale. Impozitul pe bunurile imobiliare și impozitul pe avere. Impozitul funciar. Taxele pentru resursele naturale. Taxele locale.



Strategii de predare-învățare:

Expunerea, prelegerea interactivă, prelegerea cu caracter problematic, seminarul cu utilizarea mesei rotunde, seminar cu folosirea metodei analizei situațiilor concrete; problematizarea, brainstorming-ul, discuție Panel, metoda cazului, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor, perfectarea dărilor de seamă fiscale cu utilizarea tehnologiilor informaționale.

Strategii de evaluare: evaluare curentă prin testarea în scris a cunoștințelor, chestionarea orală, evaluarea sarcinilor pentru lucrul individual, evaluarea proiectelor pe tematica propusă, examen oral.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminare și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

5. *Codul Fiscal al Republicii Moldova* cu modificările și completările în vigoare pentru anul curent. Disponibil: <http://www.lex.md/fisc/codfiscaltxtro.htm#undefined> [cit.: 01.10.2018];
6. Legea cu privire la tariful vamal nr. 1380-XIII din 20.11.1997. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova, ediție specială din 01.01.2007*, cu modificările și completările în vigoare;
7. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova cu privire la aprobarea Catalogului mijloacelor fixe și activelor nemateriale nr. 338 din 21.03.2003. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 62-66 din 04.04.2003*;
8. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 289 din 14.03.2007 pentru aprobarea Regulamentului privind evidența și calcularea uzurii mijloacelor fixe în scopuri fiscale. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 39-42 din 23.03.2007*
9. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 693 din 11.07.2018 pentru aprobarea Regulamentului cu privire la determinarea obligațiilor fiscale aferente impozitului pe venitul persoanelor juridice și persoanelor fizice care practică activitate de întreprinzător; Regulamentului cu privire la determinarea obligațiilor fiscale aferente impozitului pe venitul persoanelor fizice rezidente cetățeni ai Republicii Moldova; Regulamentului cu privire la impozitul pe venitul nerezidenților. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr. 295-308 din 10.08.2018*;
10. BALABAN, E. *Fiscalitatea agenților economici*. Chișinău, firma Ed. - poligr. „Elena V. I.”, 2008, 161 p.;
11. BERGHE, N. et al. *Metode și tehnici fiscale și fiscalitatea*. Practicum la disciplinele universitare. Chișinău: ASEM, 2017, 158 p.
12. HÎNCU, R. și alții. *Metode și tehnici fiscale. Curs universitar*. Chișinău, ASEM, 2005, 261 p.;
13. SECRIERU, A.; DRAGOMIR, L.; PETROAIA, A. *Impozite și taxe locale. Ghidul autorităților publice locale*. Chișinău: 2016, 108 p. [sursă online]. [cit.: 01.10.18]. Disponibil: http://calm.md/public/files/ghiduri/Impozitele_si_taxe_ROM.pdf

Bibliografie opțională:

1. Legea bugetului de stat pentru anul 2018 nr. 289 din 15.12.2017. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr 464 – 470 din 29.12.2017;
2. Legea fondului rutier nr. 720 – XIII din 02.02.1996. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 247 – 251 din 17.12.2010*, cu modificările și completările în vigoare;
3. Codul vamal. Nr. 1149 din 2 iulie 2000. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova, ediție specială din 01.01.2007*, cu modificările și completările în vigoare;
4. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova pentru aprobarea Regulamentului cu privire la modul de aplicare a facilităților fiscale nr. 145 din 26.02.2014. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr. 49-52 din 28.02.2014*;
5. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova pentru aprobarea regulamentul privind restituirea TVA nr. 93 din 01.02.2013. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr. 27-30 din 08.02.2013*;
6. BUCUR, V.; GRAUR, A. *Contabilitatea impozitelor*. Chișinău: ASEM, 2016. 618 p.;
7. COBZARI, L.; KUZMINA, O.; MORARU, T. *Administrarea fiscală. Curs universitar*. Chișinău: ASEM, 2007 – 478 p.;
8. IALOMIȚIANU, Gh. *Fiscalitate: teorii și tehnici fiscale*. Brașov: Infomarket, 2008, 180 p.;
9. *Impozitarea și facilitățile fiscale. Ghid pentru întreprinzători*. Chișinău: Ed: Bizpro, 2003, 136 p.;
14. STRATULAT, O. *Impozite indirecte*. Chișinău: Pontos, 2009, 123 p.
15. КОЖОКАРЬ, Т. *Налогообложение в Республике Молдова*. Chișinău: ACAP, 2005, 235 p.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS SISTEME DE PLANIFICARE ÎN AFACERI

Codul cursului în programul de studii: S.05.A.143
Domeniul general de studii: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul III, semestrul 5
Titular de curs:
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Curriculumul este elaborat în conformitate cu planul de învățământ, care prevede studierea disciplinei <i>Sisteme de planificare în afaceri</i> de către studenții Facultății Științe Reale, Economice și ale Mediului, specialitatea <i>Business și Administrare</i> . Cursul oferă studenților cunoștințe utile și actualizate referitoare la noua economie inovativă și tehnicile de elaborare a planurilor de afaceri. Disciplina de studiu își propune formarea unei gândiri tehnico-economice eficiente și asigurarea unei pregătiri optime a viitorilor specialiști, pentru a înțelege necesitatea și procesul de întocmire, prezentare și promovare a planului de afaceri. Cursul vizează probleme de marketing și management, finanțarea și programarea lucrărilor de investiții, sistemul de indicatori ai eficienței economice, competitivitatea și sustenabilitatea, administrarea și controlul afacerii, precum și elemente privind capacitățile optime de producție, evaluarea întreprinderilor, studiul de fezabilitate, proiectul de dezvoltare, etc.
Competențe prealabile: Studenții trebuie să posede cunoștințe, capacități și competențe dezvoltate în cadrul disciplinelor: <i>Economia întreprinderii, Principiile economiei de piață, Managementul afacerii, Marketing, Managementul întreprinderii</i> .
CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să structureze într-un discurs cunoștințele despre structura sistemului de planificare a afacerii; - să analizeze compartimentele sistemelor de planificare a întreprinderii; - să elaboreze pas cu pas propriu plan de afaceri.
Teme de bază: Sistemul de planificare a întreprinderii. Prezentarea planului de afaceri. Planificarea programei de producție. Planificarea muncii și a salarizării. Planificarea activității tehnico-materiale. Planificarea costurilor de producție. Planul financiar și riscurile afacerii. Planul dezvoltării sociale a colectivului întreprinderii. Promovarea planului de afaceri. Recomandări privind întocmirea planurilor de afaceri.



Strategii de predare-învățare:

Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, studii de caz, rezolvarea problemelor.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminare și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. Legea Republicii Moldova cu privire la antreprenoriat și întreprinderi nr. 845–XII din 3 ianuarie 1992, Monitor, 1994, nr.2 art.33 modificata si completata. – 1 ex. în sala de lectură.
2. Legea Republicii Moldova privind societățile pe acțiuni nr. 1134–XII din 2 aprilie 1997, Monitorul, 12 iunie 1997 – 1 ex. În sala de lectură.
3. COTELNIC, A. *Managementul unităților economice*. Chisinau: Ed. ASEM, 1998. ISBN: 9975750168
4. COTELNIC, A. *Sisteme de planificare în afaceri*. Chisinau: Ed. ASEM, 2009 ISBN: 978-9975-75-474-3
5. CUȘNIR, N. *Creșterea competitivității întreprinderii prin implementarea managementului performant/ Teză de doctor în șt. economice. (08.00.05) Economie și management (în industria ușoară)*. Chișinău: UTM, 2010. 150 p.
6. Forme juridice de întreprinderi în RM <https://dreptmd.wordpress.com/>

Bibliografie opțională:

1. BADEA, F. *Managementul producției industriale*. București: Ed. All Educational S.A., 1998, 172p.
2. BĂRBULESCU, C. *Economia și gestiunea întreprinderii*. București: Ed. Economică, 1995, 168p.
3. BUGAIAN, L. *Managementul producției în întreprinderile industriei alimentare*. Chișinău: Ed. AȚM, 2008
4. MANOLESCU, A. *Managementul Resurselor Umane*. București: Ed. Economică, 2001
5. ȘULEANSCHI, S. *Suport de curs la disciplina Bazele antreprenoriatului: Caiet de sarcini pentru elevi*. Chișinău: Garomont-Studio, 2013, 104 p. 1500 ex. ISBN 978-9975-115-03-2.



INDICAȚII METODICE PENTRU REALIZAREA STAGIULUI PRACTICII DE PRODUCȚIE II

Realizarea stagiului practicii de producție are scopul de a pregăti un student de calificare înaltă în baza cunoștințelor acumulate la prelegeri, seminare și lucrări practice pe parcursul efectuării studiilor la Facultate. Obiectivele practicii de producție sunt axate pe formarea la studenți a competențelor necesare proiectării, organizării, desfășurării eficiente și evaluării în activitatea practică la întreprinderi, firme, bănci și instituții.

Practica II este condusă de titularii catedrei de profil și presupune realizarea de către studenți a diverselor sarcini, fiind asistați de conducătorii practicilor din întreprinderi, nemijlocit în cadrul întreprinderilor, firmelor, băncilor și instituțiilor.

Practica de producție II (12 credite) se desfășoară în semestrul V (6 săptămâni, de obicei, în lunile noiembrie-decembrie a anului de învățământ respectiv) și este organizată de către Catedra de științe economice. Pe parcursul practicii studenții își dezvoltă următoarele competențe: operarea cu fundamentele științifice ale economiei și ale managementului, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională; elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice; elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice; argumentarea deciziilor de conducere pe probleme concrete utilizând concepte, teorii și raționamente economice; proiectarea activităților proprii ale specialistului în domeniu, utilizând cunoștințele acumulate în studierea unităților de curs fundamentale și de specialitate; prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. Practica este precedată de o conferință de inițiere și se finalizează cu o conferință de totalizare a practicii.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS STANDARTIZARE ȘI CERTIFICAREA MĂRFURILOR

Codul cursului în programul de studii: S.06. O. 144
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul III, semestrul 6
Titular de curs: conf. univ., dr., Maria Oleiniuc
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Programul cursului va permite familiarizarea studenților cu conceptul de standardizare și certificare a mărfurilor în teoria și practica mondială. Pentru însușirea obiectului dat, drept bază le servesc cunoștințele căpătate la așa discipline cum sunt: „Teoria economică”, „Fundamentele managementului organizației”, „Logistică”, „Marketing”. În cadrul cursului vor fi analizate diferite variante ale organizării activității de standardizare și certificare în cadrul întreprinderii, precum și modalitatea de desfășurare a acestor activități, aplicarea standardelor și stimularea valorii economice alor .
Competențe prealabile: 1. Să fundamenteze conceptele, principiile, sarcinile merceologiei; 2. Să cunoască marcarea, etichetarea, designul, sortimentul, depozitarea și păstrarea mărfurilor, ambalarea; 3. Să cunoască procedura de recepție cantitativă și calitativă a mărfurilor.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP3.Utilizarea cunoștințelor de bază din economie și marketing și logistică pentru explicarea și interpretarea unor operații / situații specifice domeniului profesional; CP4. Aplicarea de principii și metode de bază pentru adoptarea deciziilor tactice în condiții de asistență calificată; CP6.Utilizarea adecvată de criterii și metode-standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, avantajele și limitele metodelor de planificare, gestionare a resurselor de marketing și logistic; CT1. Realizarea proiectului planificat de unitatea de curs; CT3. Identificarea necesității de formare profesională în procesul autoanalizei proprii activități de dezvoltare profesională, cu utilizarea adecvată a resurselor comunicaționale și formare profesională (Internet, e-mail, programe computerizate, baze de date, cursuri cu frecvență sau online etc.)
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: 1. Să identifice domeniile de studiu a standardizării și certificării mărfurilor; 2. Să aplice actele legislative care reglementează activitatea în domeniul standardizării, merceologiei și certificării mărfurilor; 3. Să evalueze obiectivele și principiile standardizării și certificării mărfurilor; 4. Să prezinte criteriile de clasificare a standardelor; 5. Să studieze sistemele Naționale, Europene și Internaționale de Standardizare; 6. Să prezinte cerințele față de standardizarea și certificarea mărfurilor; 7. Să distingă principalele aspecte ale standardizării mărfurilor.
Teme de bază: Definirea standardizării. Obiectivele și principiile standardizării. Organizarea activității de standardizare. Conducerea activității de standardizare. Metodologia elaborării standardelor. Principalele aspecte ale standardizării mărfurilor. Clasificarea documentelor normative.. Aplicarea standardelor și estimarea valorilor economice. Standardizarea europeană și internațională. Certificarea mărfurilor.



Strategii de predare-învățare:

Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbaterile, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, rezolvarea problemelor.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. Legea cu privire la standardizare nr. 590 -XII din 22.09.1995
2. Legea privind activitatea de reglementare tehnică nr. 420 -XVI din 22.12.2006
3. Legea privind protecția consumatorului nr. 105 -XV din 13.03.2003
4. Legea privind certificarea nr. 652 din 28.10.1999
5. Legea privind metrologia nr. 647 din 17.11.1995
6. Legea privind aderarea Republicii Moldova la Comitetul European de Standardizare în calitate de membru - partener nr. 119 -XVI din 04.05.2007
7. ATANASE, A. *Standardizarea în incidență cu calitatea*. București: ASE, 1995.
8. ATANASE, I; ATANASE, A. *Standardizarea și certificarea mărfurilor*. București: Editura ASE, 2004.
9. DINU, V. *Standardizarea și certificarea produselor*. București: Editura Economică, 1999.
10. MURAVSCHI, A. *Standardizarea și certificarea produselor agricole în Republica Moldova*. Chișinău, 2005
11. PETRESCU, V.; PÂSLARU, C.; SÂRBU, R. *Expertiză merceologică*. București: Editura ASE, 2003
12. SOARE, I.; COLCERU, A.D. *Certificarea calității*. Editura Tribuna economică, 1996.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS TEHNICA NEGOCIERILOR

Codul cursului în programul de studii: S.06.A.145
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 3
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul III, semestrul 6
Titular de curs:
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Conținutul disciplinei <i>Tehnica negocierilor</i> în afaceri a fost conceput pentru a răspunde cerințelor de pe piața muncii, respectiv pentru a corespunde așteptărilor potențialilor angajatori – companiile și instituțiile care derulează afaceri internaționale – asigurând studenților cunoștințele necesare derulării negocierilor și comportamentul adecvat în funcție de specificul locului de negociere a unei afaceri internaționale. Identificarea și definirea conceptelor negocierilor comerciale internaționale și a teoriilor referitoare la psihologia negociatorului pentru aplicarea corectă a strategiilor și tacticilor de negociere în pregătirea și derularea negocierii unei tranzacții, respectând proceduri standard referitoare la manierele și uzanțele de protocol care trebuie adoptate în afacerile internaționale
Competențe prealabile: - cunoașterea specificului comportamentului oamenilor de afaceri din diverse regiuni ale lumii; - cunoașterea noțiunilor privind comunicarea în afaceri.; - identificarea riscurilor de securitate și piedicilor în dezvoltarea comerțului; - cunoașterea generală a principalelor aplicații conexe comerțului.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice; CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice.;; CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală..
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să aleagă tipul de comunicare verbală adecvată în negociere; - să utilizeze comunicarea scrisă în negociere; - să aplice elementele de comunicare nonverbală în negociere; - să întocmească documentele și dosarele de negociere; - să identifice tipul de strategie de negociere adecvat; - să aleagă tacticile și tehnicile adecvate.
Teme de bază: Aspecte teoretice ale negocierilor comerciale. Psihologia negociatorului. Strategia și tactica negocierilor. Comportamentul adecvat în funcție de specificul locului de negociere a unei afaceri internaționale. Pregătirea și derularea negocierii tranzacției de vânzare cumpărare. Negocierile la licitație. Manierele în afacerile internaționale. Uzanțe de protocol pentru marile dineuri oficiale. Diferite genuri de petreceri. Uzanțe de protocol în momente de divertisment. Arta de a oferi cadouri în afaceri
Strategii de predare-învățare:



Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbaterile, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, studiu de caz, rezolvarea problemelor.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminare și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

CARAIANI, GH.; POTECEA, V. *Negocierea în afacerile internaționale. Strategii, tactici, uzanțe diplomatice și de protocol*. Ed. Wolters Kluwer, 2010

DAN, M. A. *Note de curs*. Chișinău: Editura Gaudeamus, 2012.

DRĂGAN, I. *Comunicarea – paradigme și teorii*. București: Ed. RAO, 2007

GHEORGHE, P. *Negocieri și uzanțe de protocol*. București: Editura Fundației „România de Măine”, 2009.

IZABELLA, G. G. *Negocieri și uzanțe de protocol*. București: Editura Fundației „România de Măine”, 2011

OPREA, D.; AIRINEI, D.; FOTACHE, M. (coord.), *Sisteme informaționale pentru afaceri*. Iași: Polirom, 2002

Bibliografie opțională:

NICORESCU, E. *Toți suntem negociatori*. Constanța: Ed. Europolis, Constanța, 2009.

PETRIȘOR, O. M. *Comunicare și negociere în afaceri*. București: Ed. Univ. Agora, 2008

POPESCU, D. *Comerț & Afaceri Mobile*. Iași: Editura Universității Alexandru Ioan Cuza, 2007.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS MARKETING AGROALIMENTAR

Codul cursului în programul de studii: S.06.A.146
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice.
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul III, semestrul 6
Titular de curs: Slutu Rodica dr., lector univ., Chiseliov L. asist.univ.
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Cursul „Marketingul agroalimentar” are drept scop formarea specialistului capabil să abordeze tehnicile și instrumentele referitoare la marketingul în domeniul produselor agricole, să cunoască elementele mixului marketingului agroalimentar. Un manager competitiv trebuie să cunoască specificul formării politicii de marketing agroalimentar, metodele de distribuție a produselor agroalimentare precum și specificul formării politicii promoționale. Pentru însușirea obiectului dat, drept bază le servesc cunoștințele căpătate la așa discipline cum sunt: „Marketing”, „Fundamentele managementului organizației”, „Fundamentele științei mărfurilor”.
Competențe prealabile: - cunoașterea conceptelor de bază ale marketingului produselor agricole, mediului de marketing al întreprinderilor din domeniul agroalimentar, metode cantitative și calitative de cercetare a pieței produselor agroalimentare; - determinarea alternativelor de distribuție a produselor agricole, precum și a prețurilor pe piețele produselor agroalimentare; - capacitatea de analiză a factorilor care influențează calitatea produselor agroalimentare; - capacitatea de a relata explicit, oral și în scris, conținuturile teoretice ale disciplinei și rezultatele cercetărilor efectuate. capacitatea de documentare, selectare, organizare și cercetare a informațiilor necesare pentru studierea acestui curs.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP2. Aplicarea de principii și metode din științele fundamentale pentru elaborarea modelelor unor situații-problemă concrete marketingului internațional; CP3. Utilizarea adecvată de criterii și metode-standard de evaluare, pentru a aprecia calitatea, avantajele și limitele deciziilor pentru rezolvarea problemelor; CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să poată să analizeze politicile mixului de marketing agroalimentar, particularitățile politicii promoționale în cazul produselor agricole; - să-și formeze abilități de cercetare a piețelor produselor agroalimentare; - să-și formeze deprinderi de planificare și aplicare a strategiilor de marketing pentru produsele agroalimentare; - să elaboreze un studiu asupra mediului de marketing al întreprinderii care produc și comercializează produsele agroalimentare.
Teme de bază:



Marketingul produselor agroalimentare-definire, importanță, domeniu de aplicare. Piața produselor agroalimentare. Comportamentul de cumpărare și consum al consumatorilor de produse agroalimentare. Particularități ale componentelor mixului de marketing pentru produsele agroalimentare. Politica de produs. Politica de preț. Politica de distribuție. Politica de promovare

Strategii de predare-învățare:

Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluarea curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, eseu: Elemente de specificitate ale celor patru componente ale mixului de marketing pentru produsele agroalimentare. Relația dintre dezvoltarea economică generală și dezvoltarea sectoarelor agricole și alimentare la nivel național.

Studiu de caz: Identificarea și explicarea principalelor particularități ale prețurilor pentru cazul produselor agroalimentare. Identificarea elementelor specifice comunicării în legătură cu produsele agroalimentare de la nivelul UE.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. MANOLE, V., A.; PETRACHE, R. ș.a., *Diagnosticul de marketing pe filiera de produs în agricultură*. București: Editura Evenimentul Românesc, 2002
2. ȚIMIRAS, Laura C. *Marketing agroalimentar*. Bacău: ed. Alma Mater, 2012

Bibliografie opțională:

1. DIACONSCU, M., *Marketing agroalimentar*. București: Ediția a II-a revăzută, Editura Uranus, 2003
2. MANOLE, V.; Stoian M., *Agromarketing*. București: Editura ASE, 2003



FIȘA UNITĂȚII DE CURS ECONOMIE MONDIALĂ

Codul unității de curs în programul de studii: S. O6.A.147
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea/catedra responsabilă: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 3
Anul și semestrul în care se predă: anul I, semestrul 1
Titularul: dr., conf. univ. Natalia Branașco
Descriere succintă a corelării/integrării cu/în programul de studii: Studierea unității de curs „Economie mondială” constituie un suport în aprofundarea cunoștințelor în domeniul economic, ce reflectă o realitate istorică a evoluției unor probleme globale ale societății umane. Unitatea de curs are ca scop cercetarea relațiilor comerciale, financiare, tehnologice, de cooperare și de altă natură economică ce se dezvoltă între diferite state și organismele internaționale economice. În prezent, se suprapun exigențele imprimate de accentuarea interdependențelor economice și de globalizarea economiei mondiale contemporane pentru economiile naționale ale tuturor țărilor. În aceste condiții capătă amploare și conotații noi informarea economiștilor cu cunoștințe ample și actuale despre evoluțiile și tendințele care au loc la scara economiei mondiale contemporane. Unitatea de curs „Economie mondială” este unul dintre principalii piloni ai formării unui economist de înaltă calificare în condițiile globalizării economiei.
Competențe prealabile: Unitatea de curs „Economie mondială” este studiată de către studenții de la specialitatea „Marketing și logistică” ciclului I, studii superioare de licență. Însușirea acestui obiect se bazează pe cunoștințele studenților obținute la unitățile de curs „Principiile economiei de piață”, „Teorie economică I”, „Teorie economică II”, „Geografie economică”, etc. Astfel, studenții cunosc deja principiile economiei de piață, aspectele evoluției economiei contemporane, diferențierea dezvoltării economice și alte elemente. Ei dețin competențe privind geografia economiei mondiale, sunt capabili să opereze cu termeni și indicatori economici în explicarea proceselor și fenomenelor economice mondiale.
Competențe dezvoltate: CPI. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipă.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să definească și să utilizeze corect conceptele de bază ale economiei mondiale; - să analizeze principiile de funcționare a economiilor naționale ale lumii, economiei mondiale și a organizațiilor internaționale; - să aplice conceptele, principiile și teoriile studiate în rezolvarea aplicațiilor practice; - să elaboreze proiecte de cercetare asupra temelor propuse pentru activitatea individuală.
Teme de bază: Economia mondială – origini, conținut, tendințe. Sistemul economiei mondiale. Internaționalizarea și globalizarea. Cooperarea și integrarea economică internațională. Economia țărilor lumii. Fluxurile internaționale de bunuri și servicii. Investițiile străine directe. Piața financiară internațională. Migrația internațională a forței de muncă. Sectorizarea economiei mondiale. Crize economice mondiale și regionale. Probleme globale ale omenirii.
Strategii de predare-învățare: Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor de laborator, rezolvarea problemelor.



Strategii de evaluare: teste pentru evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, prezentarea proiectelor de cercetare pe parcursul semestrului, test scris pentru evaluare finală.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. CHISTRUGA, B.; POSTICĂ, C. *Economie mondială*. Chișinău: Ed. ASEM, 2013.
2. BARI, I. *Globalizarea Economiei*. București: Ed. Economică, 2005.
3. CREȚOIU, GH. *Economie Mondială*. București: Editura Sed. Com. Libris, 2006.
4. FOTA, C. *Economie Internațională*. Craiova: Ed. Scrisul Românesc, 2005.
5. ROȘCA, V. *Relații economice internaționale*. Chișinău: ULIM, 2005.

Bibliografie opțională:

1. BAL, A.; DUMITRESCU, S. *Economie mondială*. București: Ed. Economică, 2004.
2. BONCIU, F. *Economie mondială*. București: Ed. Lumina Lex, 2002.
3. IONESCU, R. *Economie Europeană*. Galați: Ed. Fundației Academice Danubius, 2006.
4. IONESCU, R.; MARCHIS, G. *Uniunea Europeană – prezent și perspective*. București: Ed. Didactică și Pedagogică, 2007.
5. POPESCU, GH. *Economie europeană*. București, 2007.
6. PRALEA, S. *Economie Mondială*. București: Editura Sed. Com. Libris, 2006.
7. OATLEY, TH. *The Global Economy*. New York: Pearson Longman, 2005.
8. ВОЛГИНА, Н. *Международная экономика*. Москва, 2006.
9. ПОШКА, П. *Международные экономические отношения*. Кишинэу: ULIM, 2002.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS SISTEME ȘI TEHNICI DE MARKETING

Codul cursului în programul de studii: S.06.A.148
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistica
Specialitatea: 0414.1. Marketing și logistica
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 3
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul III, semestrul 6
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Un rol important în pregătirea specialiștilor din sfera de activitate economică, în dezvoltarea cunoștințelor, abilităților și aptitudinilor acestora revine studierii principiilor de marketing. Cursul <i>Sisteme și tehnici de marketing</i> este prevăzut de planul de învățământ care are ca scop formarea unei baze teoretico – economice, ce permite conștientizarea necesității studierii cursului pentru activitatea ulterioară, precum și oportunitatea asimilării și aprofundării cunoștințelor privind bazele teoretice ale marketingului – satisfacerea nevoilor de consum, maximizarea eficienței economice, de asemenea investigarea pieței și raportarea dinamică a întreprinderii la mediul socio-economic. Această disciplină urmează după un șir de alte discipline, care asigură pregătirea economică generală a viitorilor specialiști. Obiectivele principale ale cursului sunt familiarizarea studenților cu teoria și practica marketingului, care stă la baza pregătirii specialiștilor de înaltă calificare în domeniul economiei.
Competențe prealabile: Studenții trebuie să posede cunoștințe, capacități și competențe dezvoltate în cadrul disciplinelor: „Teoria economică”, „Fundamentele managementului organizației”, „Bazele marketingului”, „Economia firmei”.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei, ale marketingului și logisticii, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipe. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: – să definească noțiunea de sisteme și tehnici de marketing; – să formuleze principiile de bază ale marketingului; – să elaboreze strategii de marketing în organizație.
Teme de bază: Analiza pieței. Conținutul pieței Conceptul de distribuție. Identificarea informațiilor utile în studiul unui produs sau serviciu. Categorii de prețuri. Puncte de sprijin ale acțiunilor comerciale. Imaginea de marcă a unității comerciale. Tehnici de promovare a vânzărilor. Tehnici publicitare la locul de vânzare. Bugetul activității de promovare.
Strategii de predare-învățare: Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor



practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, studii de caz, rezolvarea problemelor.

Bibliografie obligatorie:

1. BĂLAN, C. *Cercetări de marketing: conținutul, rolul, tipologia și procesul cercetării de marketing*. București: Ed. ASE, 2000, 141p.
2. DANIEL BADILA. *Tehnici de marketing. Învățământ / Educație, Liceu, Clasa a XII-a, Niveluri educationale* Universitatea Lucian Blaga 2014 ISBN: 9786061208173
3. FLORESCU, C. *Marketing*. București: Ed. Marketer, 1992, 98p.
4. KOTLER, PH. *Managementul marketingului*. București: Ed. Teora, ed. a IV-a, 2010, 142p.
5. PÎNZARU, F. *Manual de marketing: principia clasice și practice actuale eficiente*. București: Ed. Universitară, 2013, 273p.

Bibliografie opțională:

1. BUDACIA, E. *Marketing. Concepte. Studii de caz. Teste de evaluare*, București: Ed. Economică, 2009, 86p.
2. CETINĂ, I.; BRANDABUR, R.; Constantinescu, M. *Marketingul Serviciilor. Teorie și aplicații*. București: Ed. Uranus, 2006, 136p.
3. GROSSECK, G. *Marketing și comunicare pe Internet*. Iași: Ed. Lumen, 2006, 481 p.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS
SISTEME INFORMAȚIONALE ÎN MANAGEMENT

DENUMIREA DISCIPLINEI					SISTEME INFORMAȚIONALE ÎN MANAGEMENT				COD: S.06.A.149					
ANUL DE STUDIU		3		SEMESTRUL		6		STATUTUL UNITĂȚII DE CURS (DE SPECIALITATE, LA ALEGERE)			S			
NUMĂRUL ORELOR PE SAPTĂMÂNĂ					TOTAL ORE SEMESTRU		TOTAL ORE ACTIVITATE INDIVIDUALĂ		NUMĂR DE CREDITE		TIPUL DE EVALUARE (M-mixt)		LIMBA DE PREDARE	
C	S	L	Pr	90		45		3		Examen scris			RO	
1		2												
TITULARUL DISCIPLINEI					GRADUL DIDACTIC ȘI ȘTIINȚIFIC, PRENUMELE, NUMELE							CATEDRA		
												MATEMATICĂ ȘI INFORMATICĂ		
COMPETENȚE PREALABILE					Studierea disciplinei „Sisteme informaționale în management” se bazează pe cunoștințele, capacitățile și competențele dezvoltate în cadrul disciplinei „Tehnologii Informaționale”, „Instrumente software pentru afaceri”.									
COMPETENȚE DEZVOLTATE ÎN CADRUL CURSULUI					CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.									
FINALITĂȚILE CURSULUI					- să gestioneze datele, utilizând instrumentele studiate; - să elaboreze documente de diferită complexitate, utilizând un procesor de texte; - să elaboreze prezentări electronice conform cerințelor propuse, utilizând un procesor de prezentări.									
TEMATICA DISCIPLINEI PE TEME					Denumirea temelor									
					1. Noțiuni introductive privind sisteme informaționale 2. Evoluția sistemelor informaționale 3. Procesele de vehiculare a informației în sistemele informaționale 4. Noțiunea de informație. Datele și cunoștințele 5. Calitatea informației 6. Informatizarea societății. Societatea informațională și a cunoașterii 7. Structura SIUS al Republicii Moldova 8. Resursele informaționale de stat Total – 14 ore									
TEMATICA LUCRĂRILOR PRACTICE					1. Asigurarea software și hardware a sistemelor informaționale 2. Componentele hardware ale calculatorului 3. Sisteme de operare Windows 4. Adaptarea meniului Windows 5. Proprietățile ferestrelor. Gestionarea datelor în Windows 6. Programe de aplicații. Pachetul de program MS Office									



Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți
Catedra de științe economice



	7. Programul MS Word. Formatarea textelor 8. Programul Power Point 9. Formatarea casetelor de text, tabelelor, diagramelor 10. Aplicarea link-urilor, efectelor de tranziție, animație și a temei 11. Inserarea fragmentelor 12. Prezentarea publică a proiectelor 13. Prezentarea publică a proiectului autobiografic 14. Prezentarea publică și analiza proiectelor tematice Total ore – 31 ore	
METODE DE PREDARE	Curs interactiv; expunere liberă; aplicații practice.	
EVALUARE	examen E	40% evaluare
	condiții	60% evaluare pe parcursul seminarelor și lucrărilor practice
	formula notei finale	60% media reușitei curente + 40% nota de la examen
BIBLIOGRAFIE	<i>Resurse informaționale ale cursului</i> 1. DINCĂ, S.; ȘTEFĂNESCU, A. <i>IT pentru afaceri</i> . Craiova: Editura Reprograph, 2011. 2. DINCĂ, S.; DUMITRU, Al.; CRUCERU, G. <i>E-business, tehnologii informaționale pentru afaceri</i> . Craiova: Editura Universitaria, 2011 3. MALHOTRA, R.; TEMPONI, C. <i>Critical decisions for ERP integration: Small business issues</i> , <i>International Journal of Information Management</i> , 2010, pp. 28-37; 4. OZ, E. <i>Management Information Systems</i> , Ediția a 6 -a, Thomson Course Technology, SUA, 2009 5. ȘOAVĂ, G.; MEHEDINȚU, A.; BULIGU, I.; BUȘE, R. <i>Sisteme informatice economice. Teorie și aplicații</i> . Craiova: Editura Universitaria, Craiova, 2008 6. ȘTEFĂNESCU, A.; ȘTEFĂNESCU, L.; DINCĂ, S. <i>Fundamentele teoretice și practice ale tehnologiei informației</i> . Craiova: Editura Universitaria, 2007 7. FOTACHE, D.; HURBEAN, L. <i>Soluții informatice integrate pentru gestiunea afacerilor-ERP</i> , Editura Economică, 2004.	



FIȘA UNITĂȚII DE CURS CALCULAREA COSTULUI

Codul cursului în programul de studii: S.06.A.150
Domeniul general de studiu: 041Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 3
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul III, semestrul 6
Titular de curs: asist. univ., Lilia DUMBRAVANU
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Unitatea de curs „Calcularea costului” prezintă o importanță majoră în procesul de formare a specialiștilor din domeniul economic. Ea acordă o atenție deosebită determinării costurilor de producție în cadrul entităților economice mai cu seamă productive sau prestatoare de servicii, contabilității costurilor de producție la întreprinderile din diferite ramuri, producție, construcții, agricultură etc., modului de repartizare a costurilor indirecte și a valorii stocurilor utilizate în procesul de producție, prestare servicii sau executare lucrări, precum și asupra metodelor de calculare a costurilor de producție (pe faze, pe comenzi, globală, costului standard). Structural, cursul este constituit din două compartimente importante. Primul compartiment reflectă contabilizarea costurilor, cumularea și repartizarea costurilor la costuri de producție sau la cheltuieli, iar compartimentul al doilea pune un accent deosebit pe calcularea costului de producție, utilizând diferite metode de calcul. Costul de producție, care mai poate fi numit și sinecostul producției reprezintă un indicator economic care arată utilizarea rațională de către întreprindere a resurselor pe care le posedă aceasta. Nivelul costului de producție concentrează rezultatele activității de antreprenoriat. Specialiștii calificați în domeniul economiei și finanțelor trebuie să cunoască principiile gestiunii eficiente a mișcării resurselor producătoare în special a materiei prime, altor materiale și a forței de muncă.
Competențe prealabile: Cursul respectiv este destinat studenților care posedă studii anterioare ce țin de domeniul contabilității. În studierea cursului, studenții vor utiliza terminologia economică asimilată pe parcursul anilor de studii, precum și cunoștințe acumulate la cursurile: <i>politica financiară și monetar-creditară, bazele contabilității, contabilitate de gestiune, contabilitate financiară, managementul financiar, marketing</i> și alte unități de curs ce vizează studierea metodelor și principiilor de contabilizare a costurilor, cheltuielilor precum și de calculare a costului de producție final: – cunoașterea noțiunilor și termenilor contabili, precum și a regulilor de funcționare a conturilor de activ și pasiv și a modului de înregistrare a operațiilor economice în conturile contabile; – diferențierea principiilor de contabilitate, a procedeele metodei contabilității, a elementelor patrimoniale de activ și pasiv; – calcularea mărimii posturilor bilanțiere, a rulajelor și soldurilor finale ale conturilor de activ și pasiv; – întocmirea balanței de verificare și a bilanțului; cunoașterea noțiunilor: evidență contabilă, debit, credit, mijloc fix, materiale, salariu, impozit, scutire personală etc.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP4. Argumentarea deciziilor referitor la piață pe probleme concrete, utilizând concepte, teorii și raționamente economice. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională.



CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.

Finalități de studii realizate la finele cursului:

După finalizarea acestui curs studentul va fi capabil:

- să contabilizeze corect costurile aferente procesului de producție;
- să repartizeze corect costurile indirecte de producție în procesul de calcul a costului de producție;
- să analizeze asemănări și deosebiri între metodele de calculație a costului, determinînd costul de producție conform metodelor tradiționale și moderne de calculație;
- să integreze cunoștințele acumulate în vederea contabilizării și calculării costurilor, întocmirii corecte a documentelor privind circulația resurselor în procesul de producție.

Teme de bază:

Aspecte introductive privind calculația costului.

Contabilitatea costurilor de producție și calculația costului produselor și serviciilor.

Metodele tradiționale de calculație a costurilor de producție.

Metodele moderne de calculație a costurilor.

Contabilitatea și calcularea costurilor în construcție.

Contabilitatea costurilor în agricultură și calculația costului produselor agricole.

Strategii de predare-învățare:

Expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbaterile, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor, studii de caz.

Strategii de evaluare:

Evaluarea cunoștințelor studenților la unitatea de curs „Calculația costului” se determină în conformitate cu regulamentele universitare.

Evaluarea curentă a cunoștințelor studenților se realizează de către profesor pe parcursul seminarelor și laboratoarelor prin chestionare orală, dialog, conversații, lucrări scrise, rezolvarea aplicațiilor practice la orele de laborator.

Totodată, studenții vor fi supuși la două probe de evaluare curentă obligatorii. Nota reușitei curente va reprezenta media notelor acumulate la unitatea de curs respectivă.

Numărul de note în baza cărora se va determina media reușitei curente trebuie să fie cel puțin 3 și va include: notele de la două evaluări curente obligatorii scrise, cel puțin o notă la răspuns oral, cel puțin o notă pentru verificarea lucrului practic (aplicații practice).

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Resurse informaționale ale cursului

Obligatorii

4. Codul Fiscal pe anul 2016. In: <http://www.fisc.md/CodulfiscalalRM.aspx>, disponibil la data de 15.12.2016.
5. Legea contabilității nr. 113 – XVI din 27 aprilie 2007 (cu modificările și completările ulterioare). In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2014, nr.27-34.
6. Planul General de Conturi Contabile aprobat prin ordinul Ministerului Finanțelor al Republicii Moldova nr. 1534 din 22.10.2013 (cu modificările și completările ulterioare prin OMF 188 din 30.12.2014). În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2013. nr.233-237.
7. Standardele Naționale de Contabilitate, aprobate prin ordinul Ministerului Finanțelor al Republicii Moldova nr. 118 din 06.08.2013. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2013, nr 177-181.
8. SNC „Stocuri”. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2013. nr.233-237.
9. SNC „Particularitățile contabilității în agricultură”. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2013. nr.233-237.
10. Indicații metodice privind contabilitatea costurilor de producție și calculația costului produselor și serviciilor. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2013. nr.233-237.
11. FRECĂUȚEANU A.; ROMANCIUC, D., *Contabilitate de gestiune*, curs de prelegeri pentru studenții specialității



361.1 – Contabilitate, Universitatea Agrară de Stat din Moldova din 02.10.2014. 86 p.

Suplimentare

12. Colectiv de autori: coordonator - NEDERIȚA Al., *Contabilitatea managerială: ghid practico-didactic*. Chișinău, ACAP, 2000. 260 p. ISBN 9975-964-54-6.
13. FRECAUȚEANU, A. *Contabilitatea consumurilor și calcularea costului produselor agricole*. In: Contabilitate și audit, 2000, nr. 1, p. 35 – 46.
14. FRECAUȚEANU, A. ș. a. *Contabilitatea managerială în agricultură. Consumuri de producție: Ghid didactico-aplicativ Partea I*. Chișinău: Centrul Editorial al UASM, 2002. 94 p. ISBN 9975-946-12-7.
15. FRECAUȚEANU, A. ș. a. *Contabilitatea managerială în agricultură. Consumuri de producție: Ghid didactico-aplicativ Partea II*. Chișinău: Centrul Editorial al UASM, 2002. 145 p. ISBN 9975-946-13-5.
16. FRECAUȚEANU, A. ș. a. *Contabilitatea stocurilor la întreprinderile agricole: experiență, probleme și direcții de perfecționare*. Chișinău: Print - Caro, 2011. 456 p. ISBN 978-9975-56-019-1.
17. FRECAUȚEANU, A. ș. a. *Contabilitatea la întreprinderile complexului agroalimentar*. Chișinău: Centrul Editorial al UASM, 2005. 297 p. ISBN 9975-64-052-4.
18. GRIGOROI, L. *Contabilitatea întreprinderii: teste și probleme*. Chișinău: Editura CARTIER, 2007.
19. GRIGOROI, L. *Ghid la contabilitatea întreprinderii*. Chișinău: ASEM, 2009, 121 p.
20. NEDERIȚĂ, A. *Corespondența conturilor contabile*. Chișinău: 2007, 640 p.
21. SPÎNU, I. *Contabilitate analitică: Procedee de calculație a costurilor de producție*. Chișinău: Evrica, 2004, 56 p.
22. ȚURCANU, V. *Calculația costurilor*. Chișinău: ASEM, 2001. 115 p.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS STUDIUL DE FEZABILITATE A ÎNTREPRINDERII

Codul cursului în programul de studii: S.06.A.151
Domeniului general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 3
Anul și semestrul în care se predă: anul III, semestrul 6
Titularul: dr. hab., prof. univ. Leonid BABII
Descriere succintă a corelării / integrării cu / în programul de studii. Studiul de fezabilitate a întreprinderii constituie baza teoretică pentru însușirea specialității alese de către studenți pe parcursul instruirii lor la ciclul II – studii superioare de master, precum și o oportunitate de a căpăta abilități practice, care vor fi utilizate în munca nemijlocită la specialitate. Este o parte integrantă a procesului de formare a viitorilor specialiști în domeniul „Marketing și logistică”. Studiul de fezabilitate a întreprinderii se bazează pe cunoștințele obținute de către studenți la astfel de discipline ca: „Teoria economică”, „Principiile economiei de piață”, „Management”, „Marketing”.
Competențe prealabile: Studentul trebuie să posede, prealabil, la nivel teoretic și aplicativ competențe în domeniul teoriei economice (principiilor economiei de piață, macroeconomiei, microeconomiei, finanțelor, managementului, marketingului, planificării în afaceri, activității investiționale etc.): definirea, interpretarea și analiza legilor, a legităților și a fenomenelor economice; identificarea tipurilor de întreprinderi și a mecanismului economic de funcționare a organizației economice; diferențierea surselor de finanțare a activității întreprinderii.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele cursului: Să identifice structura unui studiu de fezabilitate; Să utilizeze conceptele specifice în domeniul investițiilor în contextul rolului acestora în dezvoltarea sectorului real al economiei Republicii Moldova; Să explice necesitatea diminuării disparităților în profil și să identifice noi domenii cu potențial de dezvoltare; Să argumenteze eficiența viitoarei investiții prin utilizarea indicilor economico-financiari, precum și să evalueze proiectul de investiții din punct de vedere al riscurilor aferente.
Teme de bază: Esența și importanța studiului de fezabilitate. Ariile de Fezabilitate (TELOS). Manuale și Reglementări relevante. Cuprinsul unui Studiu de Fezabilitate a întreprinderii. Conținutul caietului de Sarcini. Surse de finanțare a proiectelor investiționale. Model de evaluare a criteriilor Non-Preț. Analiza SWOT și selecția Scenariului Optim de Dezvoltare a întreprinderii.
Strategii predare-învățare: Expunerea, prelegerea interactivă, demonstrația, problematizarea, lucrul în grup, studiu de caz, studiul individual, discuții interactive, lucrul cu manuale și textele lecțiilor, dezbaterile.
Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, studiu de caz, rezolvarea problemelor.



Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminare și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $Nf = Nc \times 0,6 + Ne \times 0,4$,

unde Nf – nota finală; Nc – nota reușitei curente; Ne – nota de la examen.

Bibliografie obligatorie:

1. Legea privind dezvoltarea regională în Republica Moldova, (nr. 438-XVI din 28.12.2006, Monitorul Oficial nr. 21-24/68 din 16.02.2007)
2. Analiza Cost Beneficii Concepte și Practică. Antonz Boardman, David Greenberg, Aidan Vining, David Weimer Editura Arc, ISBN 9975-61-337-3
3. „Conținutul cadru al studiului de fezabilitate pentru proiectele ce urmează a fi realizate cu asistență financiară nerambursabilă din partea Comisiei Europene”, ordonanța nr. 762/07.06.2005 a Ministerului Finanțelor Publice din România
4. „Elaborarea Studiilor de fezabilitate și a planurilor de afaceri” Coordonator dr. Cristian Bișa București BMP Printing House 2005
5. Guidelines for grant applicant Joint Operational Programme Romania-Ukraine-Republic of Moldova 2007-2013
6. Ghidul pentru Analiza Cost-Beneficiu a Proiectelor de Investiții, Fondul European pentru Dezvoltare Regională, Fondul de Coeziune ISPA, ediția 2000
7. Manualul pentru identificarea, pregătirea și evaluarea proiectelor mari de infrastructură regională, septembrie 2004
8. Managerial Accounting Ray Harrison, Transaprency masters taken from Seventh Edition R.D. Irwinw
9. NCM A 07-02-99 „Proiectarea construcțiilor. Instrucțiuni cu privire la procedura de elaborare, avizare, aprobare și conținutul – cadru al documentației de proiect pentru construcții”
10. NCM L 01.07.2005. „Regulament privind fundamentarea proiectelor investiționale în construcții”
11. Normele temporare de construcții 9-79 „Ghid pentru măsurile de protecție ale mediului și a proprietății funciare pentru reconstrucția drumurilor auto în Moldova 1979



FIȘA UNITĂȚII DE CURS MANAGEMENT FINANCIAR

Codul cursului în programul de studii: S.06.A.152
Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Domeniul de formare profesională: 0414 Marketing și logistică
Specialitatea: 0414.1 Marketing și logistică
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 3
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul III, semestrul 6
Titular de curs: conf. univ., dr., Carolina TCACI
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Cursul „Managementul financiar” are drept scop formarea specialistului capabil să abordeze concepția fluxului de numerar, concepția compromisului între resce și venituri, concepția relațiilor de agent, concepția costului capitalului și alte concepții ale managementului financiar; operarea corectă cu noțiunile financiare; distingerea factorilor interni și externi ce influențează asupra activității financiare a întreprinderii; structurarea într-un discurs a cunoștințele în domeniul de management financiar și, în special, a celor cu privire la instrumentele financiare primare și derivate; selectarea și analiza surselor bibliografice pe temele studiate sinestătător; calcularea indicatorilor stării patrimoniale și financiare a întreprinderii, a nivelului levierului financiar și de producție; compararea valorilor indicatorilor stării patrimoniale și financiare a întreprinderii, a interdependenței dintre aceștia; cercetarea proceselor și fenomenelor financiare de conducere, propunerea noilor soluții managerial-financiare în baza studiilor de caz. Pentru însușirea unității de curs drept bază le servesc abilitățile formate la așa discipline ca Teoria economică I, Fundamentele managementului organizației, Finanțele întreprinderii, Analiza economico-financiară etc.
Competențe prealabile: Posedarea, prealabil, la nivel teoretic și aplicativ a competențelor în domeniul teoriei economice (principiilor economiei de piață, macroeconomiei, microeconomiei, finanțelor, monedei și creditului etc.), după cum urmează: definirea, interpretarea și analiza legilor, a legităților și a fenomenelor economice și financiare; identificarea tipurilor de întreprinderi și a mecanismului economic de funcționare a organizației economice; determinarea rolului decisiv al indicatorilor activității economico-financiare în funcționarea mecanismului întreprinderii.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor / situațiilor economice. CP6. Prelucrarea datelor / informațiilor, analiza și interpretarea lor. CT1. Apticarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională. CT3. Autoevaluarea obiectivă a nevoii de formare profesională continuă în vederea adaptării competențelor profesionale și manageriale la dinamica domeniului și la exigențele pieței de muncă.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să analizeze comparativ indicatorii stării patrimoniale și financiare a întreprinderii, precum și levierele financiar și de producție; - să utilizeze Situațiile financiare pentru evaluarea financiară a activității întreprinderii; - să concluzioneze asupra stării financiar-patrimoniale a întreprinderii; - să coreleze nivelele levierului financiar cu a levierului de producție și să propună decizii financiare în baza



rezultatelor analizei efectuate.

Teme de bază:

Concepțiile de bază ale managementului financiar; Indicatorii ce caracterizează situația financiară a întreprinderii; Funcționarea mecanismului financiar al întreprinderii; Gestiunea fluxurilor de numerar a întreprinderii; Gestiunea capitalului întreprinderii.

Strategii didactice: expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textul științific, prezentări Power Point, dezbateri, realizarea sarcinilor practice, rezolvarea problemelor.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, studiu de caz „Tabloul financiar general al companiei”, rezolvarea problemelor.

Evaluarea finală: Studenții vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar și de laborator. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,6 + N_e \times 0,4$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie:

1. ARDELEAN, N. *Diagnosticul întreprinderii: metodă de management și etapă preliminară reproiectării managementului*. Timișoara: Mirton, 2008. 266 p. – ISBN 978-973-52-0417-4.
2. BĂILEȘTEANU, Gh.; FIRU, L. *Diagnosticul întreprinderii*. Timișoara: Mirton, 2006. 202 p. – ISBN 973-661-945-1
3. BORDEIANU, G. D. *Analiza poziției financiare și a performanțelor întreprinderii*. Iași: Tehnopress, 2009. 328 p. – ISBN 978-973-702-627-9
4. ILIE, V. *Gestiunea financiară a întreprinderii*. București: Meteor Press, 2005. 424 p. – ISBN 973-728-068-7
5. PARASCHIVESCU, A. *Analiza financiară în mecanismul de formare a surselor de finanțare a întreprinderii*. Iași: Tehnopress, 2009. 391 p. – ISBN 978-973-702-630-9
6. PIȘLEAG, A. *Diagnosticul financiar al întreprinderii: teorie și aplicații*. București: Matrix Rom, 2002. 166 p. – ISBN 973-685-419-1
7. POPESCU-CRUCERU, A. *Managementul financiar al firmei*. București: Artifex, 2008. 280 p.
8. SICHIGEA, N. *Gestiunea financiară a întreprinderii*. Craiova: Universitaria, 2008, 250 p. – ISBN 978-606-510-230-9
9. SIMINICĂ, M. *Diagnosticul financiar al firmei*. Craiova: Universitaria, 2008. 250 p. – ISBN 978-606-510-359-7



INDICAȚII METODICE PENTRU REALIZAREA STAGIULUI PRACTICII DE CERCETARE ȘI TEZEI DE LICENȚĂ

Practica de licență se realizează pe parcursul semestrului VI câte 8 ore în fiecare săptămână, având 8 credite. Pe parcursul acestei practici studenții se documentează, investighează, cercetează, efectuează experimente, chestionări etc. pentru elaborarea și redactarea tezei de licență.

Studiile se finalizează cu susținerea publică a tezei de licență. La susținerea tezei de licență sunt admiși absolvenții care au realizat integral prevederile planului de învățământ și care au susținut cu succes prezentarea preventivă a tezei de licență în fața colectivului Catedrei de științe economice.

Scopul tezei de licență constă în sistematizarea și aprofundarea cunoștințelor teoretice și practice ale studenților, precum și formarea deprinderilor de rezolvare a problemelor de cercetare, în conformitate cu tema tezei de licență și cu sarcinile puse în fața studentului de către conducătorul științific. Teza de licență este o inițiere a viitorului specialist în domeniul activității practice are un caracter de cercetare.

Tematica tezelor de licență este elaborată de Catedra de științe economice și difuzată studenților pe parcursul semestrului IV de studii. Tematica tezelor de licență și conducătorii științifici sunt aprobați la ședința Consiliului Facultății de Științe Reale. Economice și ale Mediului.

Teza de licență este însoțită de avizul conducătorului științific. Susținerea tezei de licență are loc în mod public la ședința deschisă a Comisiei de Licență.



5.2. DISCIPLINE FACULTATIVE

FIȘA UNITĂȚII DE CURS BAZELE CULTURII INFORMAȚIEI

Codul cursului în programul de studii: -
Domeniul științific la care se referă cursul: Științe ale informării și comunicării
Catedra responsabilă de curs: Biblioteca Științifică
Număr de credite ECTS: 1
Anul și semestrul în care se predă cursul: anul I, semestrul I
Responsabil / Titular de curs: Elena HARCONIȚA, director Biblioteca Științifică, categorie de calificare superioară; coordonator Ludmila RĂILEANU, șef Centru Cultura Informației; șef serviciu Comunicarea colecțiilor, categorie de calificare superioară. Anna NAGHERNEAC, șef serviciu, categorie de calificare superioară; Angela HĂBĂȘESCU, bibliotecar principal, categorie de calificare superioară; Elena ȚURCAN, bibliotecar, categorie de calificare superioară; Taisia ACULOVA, bibliograf principal, categorie de calificare superioară; Marina MAGHER, șef oficiu, categorie de calificare I; Ala LÎȘÎI, bibliotecar principal, categorie de calificare I; Olga DASCAL, bibliotecar, categorie de calificare I; Mihaela STAVER, bibliotecar principal, categorie de calificare I; Snejana ZADAINOVA, bibliotecar, categorie de calificare I; Lilia ABABI, bibliotecar principal, categorie de calificare I.
Descriere succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii: Unitatea de curs „Bazele culturii informației” tratează dezvoltarea competențelor informaționale ale studenților, formarea unui stil de gândire critică, adecvat cerințelor societății informaționale, exprimat prin capacitatea de analiză a mediului informațional, adaptarea la mediul tehnologic performant prin utilizarea instrumentelor, resurselor de la distanță, acces deschis, obținerea abilităților necesare de instruire și cercetare pentru formarea specialiștilor de înaltă calificare.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CT1. Aplicarea regulilor de muncă riguroasă și eficientă, manifestarea unei atitudini responsabile față de domeniul științific și didactic, pentru valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în situații specifice, cu respectarea principiilor și a normelor de etică profesională. CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate în echipă. CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finele studierii cursului studentul va fi capabil: - Să acceseze informațiile rațional și eficient. - Să evalueze informația critic și competent. - Să utilizeze informația în mod corect și creativ. - Să utilizeze eficient Internetul (motoare de cautare, portaluri, directoare, rețele sociale, etc.) pentru cercetări bibliografice tematice. - Să efectueze cercetări bibliografice în surse de informare tradiționale și electronice, platforme interactive de regăsire a informației (catalog sistematic, alfabetic, catalog partajat). - Să gestioneze contul în catalogul PrimoExLibris și să utilizeze resursele PrimoExLibris. - Să elaboreze liste bibliografice pentru teze de an, licență, master, să întocmească adnotări, abstracte a documentelor.
Pre-rechizite: competențe de utilizare a calculatorului și Internetului.
Teme de bază: 1. Instrumente de regăsire a informației pentru studii și cercetări: motoare de căutare (portaluri, directoare, rețele sociale, etc. Managementul datelor de cercetare: OpenAIRE, Open Acces (DOAJ, OAJI, DOAB, blogul OA, IBN, Zenodo repository); Site-ul, blogul BȘ USARB, Repozitoriul instituțional ORA (Open Research Archive) USARB) Cataloage internaționale interactive din lume Open Library, Calameo, Issuu, Scribd; 2. ExLibris Primo - Catalogul Partajat a 7 biblioteci universitare din RM, platforma ALEPH CATALOGUL



[ELECTRONIC BŞ USARB](#), componentă specifică a softului ALEPH;

3. Baze de date cu acoperire multidisciplinară și servicii specifice marilor distribuitori la care Universitatea este abonată: EBSCO, SpringerLink, etc. : câmpuri de căutare, cuvinte cheie, filtre, gestiunea rezultatelor;
4. Comunicarea informației, etica utilizării informației, metode de evitare a plagiatului și a dreptului de autor, folosirea unui soft de detectare a plagiatului; Procesul de citare și prezentare a referințelor. Softuri personale de gestiune a referințelor bibliografice: EndNote, Mendeley, Zotero (adăugarea, organizarea, citarea referințelor)

Strategii de predare-învățare: abilitatea de a folosi noile tehnologii ale internetului, abilitatea de a evalua critic și de a o prezenta etic, aplicarea cunoștințelor teoretice.

Strategii de evaluare: evaluarea curentă- răspunsuri orale, lucrări practice și evaluarea finală – test.

Bibliografie:

1. *Bazele Culturii Informaționale* : Curs universitar. Director E. Harconița. Bălți, 2007. 156 p. ISBN 978-9975-50-002-9 ; http://tinread.usb.md:8888/tinread/fulltext/bsu/baz_cult_inf.pdf
2. *Curriculum la disciplina "Tehnologii informaționale și comunicaționale*. Elab. și adapt. V. GUȚAN, E. HARCONIȚA, E. STRATAN. Bălți, 2008. 30 p. ; <http://tinread.usb.md:8888/tinread/fulltext/bsu/curriculum.pdf>
3. LAU, Jesus. *Linii directoare privind cultura informației și instruirea de-a lungul întregii vieți* . Trad. Nelly ȚURCAN [et al]. Ch. : Gunivas, 2010. 64 p. : fig. ISBN 978-9975-4070-2-1
4. *Reguli pentru prezentarea referințelor bibliografice și citarea resurselor de informare* : Ghid practic: Alcăt. Ana NAGHERNEAC. Red.-resp: Elena HARCONIȚA. Bălți, 2012. 44 p. ISBN 978-9975-50-092-0 ; http://tinread.usb.md:8888/tinread/fulltext/bsu/reguli_referinte.pdf
5. REPANOVICI, Angela. *Ghid de Cultura informației*. București : Ed. ABR, 2012. 1 DVD.
6. Tutoriale: Prezentările trainerilor: Jerald Cavanagh BSc Econ, MSc, MA, Institute Librarian, Limerick Institute of Technology; Pdraig Kirby BA (Hons) HdipLIS MSc (LIS), Senior Library Assistant, Limerick Institute of Technology în cadrul trainingului ESP English for Specific Purposes - Engleză pentru scopuri specific, Bălți, 4-5 aprilie 2016;
Prezentările trainerilor: Cristina Ungur, Violeta Platon, Ramona Nady (Biblioteca Universității de Medicină și Farmacie „Iuliu Hațieganu”, Cluj-Napoca, România), Larisa Levinkova (Technical University Riga, Letonia); Daiva Iurcshaitene, Lina Saferiene (Lithuanian University of Health Science, Kaunas, Lituania) în cadrul training-ului privind WP3 Cultura informației, Proiectul MISISQ, desfășurat în Cluj-Napoca, România la Biblioteca Universității de Medicină și Farmacie „Iuliu Hațieganu”, 08-17 martie 2016.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS CULTURA COMUNICĂRII

Codul cursului în programul de studii: -
Domeniul științific la care se referă cursul:
Facultatea/catedra responsabilă de curs: Facultatea Litere / Catedra de limba română și filologie romanică.
Număr de credite ECTS: 2
Anul și semestrul în care se predă cursul: Anul I, semestrul I.
Titular de curs: dr., lect. superior Elena Lacusta
Cadre didactice implicate: dr., lect. superior Elena Lacusta
Descriere succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii Disciplina <i>Cultura comunicării</i> , propusă în planul de învățământ pentru Ciclu I, asigură pregătirea generală a viitorului specialist, cultivându-i spiritul de observație, atenția față de comunicarea interculturală, formarea unei conștiințe lingvistice și culturale.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate în echipă. CT3. Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.
Finalități de studii realizate la finele cursului: Să redacteze și să expună un discurs în fața publicului, respectând corectitudinea, congruența și normele culturii comunicării; –Să argumenteze laconic și coerent și persuasiv o teză; Să utilizeze adecvat situației de comunicare elementele non-verbale și paraverbale; –Să adecveze mijloacele de exprimare (orală și scrisă) la situația de comunicare; –Să conștientizeze și să argumenteze normele lingvistice și sociolingvistice; Să analizeze fenomenul normativ și să identifice cauzele dificultăților care generează abateri; Să aplice normele (fonetice, ortografice gramaticale și stilistice) limbii la producerea de acte de limbă (scrise și orale); –Să recunoască greșelile într-un act de limbă; –Să recunoască și să aplice terminologia aferentă specialității sale; Să identifice, definească și să aplice normele sociolingvistice și socioculturale ale comunității române; –Să recunoască mărcile stilurilor funcționale ale limbii române; –Să producă texte în diverse stiluri funcționale ale limbii române.
Pre-rechizite: comentarea esenței funcției de comunicare; identificarea participanților procesului comunicării; descifrarea mesajului diverselor texte funcționale; producerea textelor funcționale.
Teme de bază: De la arta cuvântului la arta comunicării. Valorificarea cuvântului în comunicare. Configurațiile mesajului // Configurațiile comunicării. Puterea cuvântului în structuri fixe. Suprapuneri în limbă: sinonime și paronime. Cunoaștere prin cuvinte: termeni. Terminologia de specialitate. Cuvântul scris. Ortografia și ortogramele. Registre ale comunicării: stiluri de limbă. Capcane sintagmatice. Greșeli de stil: cacofonia, pleonasmul, tautologia. Capcane gramaticale. Greșeli uzuale în limbă. Modele preluate: calcul lingvistic. Străinisme.
Strategii de predare-învățare: Dezbateri, problematizarea, exercițiul, lucrul cu fișe, învățarea cooperantă, algoritmul, metodele de gândire critică și creativă.
Strategii de evaluare: chestionarea orală, conversații, dialogul, dezbateri, teste cu itemi de tip obiectiv, semiobiectiv și subiectiv, studiul de caz.
Resurse disponibile: suport de curs, dicționare (ortografic, explicativ), calculator, proiector, sala de curs etc.
Bibliografie Obligatorie: 1. RAZMERIȚĂ, Liuba; LACUSTA, Elena; POPA, Viorica; SAINENCO, Ala, <i>Decalogul comunicării. 10 lecții pentru o comunicare corectă</i> . Iași: Pim 2013, 116 p. ISBN 978-606-13-1287-0 Opțională: 1. JITARU, Valentin, <i>Dicționar de greșeli uzuale</i> . Chișinău: sub red. Gh. Popa, ed. a II-a rev. și compl. S. n. 2012 2. PALII, Alexei, <i>Cultura comunicării</i> . Chișinău: Ed. Epigraf, 1999; 3. STATE, Melu. <i>Limba română. Ghid lexico-semantic de testare și învățare rapidă</i> . Iași: Ed. Polirom, 2001.



FIȘA UNITĂȚII DE CURS SECURITATEA MUNCII. PROTECȚIA CIVILĂ

Codul cursului în programul de studii: -
Domeniul științific la care se referă cursul: 14 Științe ale Educației, 141 Educație și formarea profesorilor, 141.14 Educația tehnologică, 363 Business și administrare
Facultatea/catedra responsabilă de curs: FȘREM / Catedra de Științe fizice și ingineresti
Număr de credite ECTS: 1
Anul și semestrul în care se predă cursul: anul I, semestrul II
Titular de curs: Emil Fotescu, dr., conf. univ.
Descriere succintă a integrării cursului în programul de studii: Cursul Securitatea muncii. Protecția civilă este destinat pentru familiarizarea studenților cu: acte legislative care se referă la securitatea muncii și protecția civilă; factorii fizici, chimici, biologici care stau la baza actelor normative din domeniul securității și sănătății în muncă a
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP1.1. Cunoașterea teoriilor, legilor, conceptelor, principiilor, metodelor, terminologiei științifice de bază din domeniile tehnicii, tehnologiei; utilizarea lor în domeniile securității muncii și protecției civile.
Finalități de studii realizate la finele cursului: Studentul va fi capabil să: explice actele legislative din domeniile securității muncii și protecției civile; explice esența factorilor fizici, chimici, biologici care caracterizează microclimatul locului de muncă al salariatului și
Pre-rechizite: posedarea capacităților de: căutare, analiză, sinteză, sistematizare a informației despre legile, legițile fizice, chimice, biologice care se referă la microclimatul locului de muncă al salariaților; autoinstruire și autoevaluare a performanțelor personale formate anterior în cadrul studierii disciplinelor liceale din domeniul științelor reale.
Teme de bază: Obiectul protecției muncii. Terminologia de bază. Principalele acte legislative cu privire la securitatea muncii și protecția civilă Controlul de stat. Accidente de muncă. Primul ajutor în cazul accidentelor. Microclimatul. Poluări chimice, mecanice. Iluminatul. Electrosecuritatea. Primul ajutor în cazul electrocutărilor. Radiații artificiale. Securitatea incendiară. Primul ajutor în cazul incendiilor.
Strategii de predare-învățare: prelegeri, portofoliu, metoda proiectelor, studiu independent, problematizarea
Strategii de evaluare: Evaluarea curentă se realizează în cadrul elaborărilor și aprecierilor referatelor pe teme din domeniile securității muncii și protecției civile. Evaluarea finală se realizează sub formă de decolocvii .
Bibliografie Obligatorie: 1. Constituția Republicii Moldova: adoptată la 29 iulie 1994. – Chișinău, 1994. – 48p. 2. Legea Republicii Moldova cu privire la protecția muncii – 31 p. 3. Legea Republicii Moldova cu privire la protecția civilă, nr. 271 din 09.11.1994 // Monitorul oficial 1994. - Nr.20. 4. Legea asigurării pentru accidente de muncă și boli profesionale, nr.756-XIV din 24 decembrie 1999 // Monitorul oficial al Republicii Moldova. – 2000. – 23 martie(nr.31-33). 5. Legea Republicii Moldova privind Inspekția Muncii, nr.140-XIV din 10 mai 2001 // Monitorul oficial al Republicii Moldova. – 2001. – 29 iunie(nr.68-71). 6. Legea securității și sănătății în muncă nr.186-XVI din 10.07.2008 // Monitorul Oficial nr.143-144/587 din 05.08.2008 7. Codul muncii, nr.154-XIV, din 28 martie 2003 // Monitorul oficial al Republicii Moldova. – 2003. – 29 iulie(nr.159-162). 8. FOTESCU, Emil. <i>Protecția muncii</i> . Bălți, 2004. 202p.



Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți
Catedra de științe economice



Manualul programului de studii pentru studenții ciclului I – studii superioare de licență, specialitatea 0414.1 Marketing și logistică (învățământ cu frecvență) a fost discutat și aprobat la ședința Catedrei de științe economice din 04.04.2019, proces-verbal nr. 7.

Șeful Catedrei de științe economice

dr., conf. univ. Carolina Teaci