

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

Manualul programului de studii

pentru masteranzi, ciclul II – studii superioare de master (nivelul 7 ISCED)

Programul de master: Administrarea afacerilor comerciale
(învățământ cu frecvență)

Bălți, 2021



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



Manualul programului de studii pentru pentru *masteranzi, ciclul II – studii superioare de master (nivelul 7 ISCED)*, *programul de master: Administrarea afacerilor comerciale (învățământ cu frecvență)* este perfectat în baza planului de învățământ, aprobat la ședința Senatului Universității de Stat „Alecu Russo”, proces verbal nr. 1 din 30 august 2017, modificat la ședința Senatului Universității de Stat „Alecu Russo”, proces verbal nr. 5 din 28 noiembrie 2018 (<https://usarb.md/wp-content/uploads/2019/03/Plan-AA-2018.pdf>).

Discutat și aprobat la ședința Catedrei de științe economice, procesul-verbal nr. 10 din 12 februarie 2021.

Șeful Catedrei de științe economice *C. Tac* dr., conf. univ. Carolina TCACI



CUPRINS

I. FIȘELE UNITĂȚILOR DE CURS INCLUSE ÎN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÎNT PENTRU PROGRAMUL DE MASTER ADMINISTRAREA AFACERILOR COMERCIALE	
1.1. DISCIPLINE DE BAZĂ.....	
FIȘA UNITĂȚII DE CURS TEORIEI ECONOMICE CONTEMPORANE.....	4
FIȘA UNITĂȚII DE CURS METODOLOGIA ȘI ETICA CERCETĂRIILOR ÎN ECONOMIE.....	6
FIȘA UNITĂȚII DE CURS COMUNICAREA ȘI CORESPONDENȚA DE AFACERI ÎN LIMBA STRĂINĂ.....	8
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MEDIUL LEGAL AL INSTITUȚIILOR BANCARE ȘI DE ASIGURĂRI.....	10
FIȘA UNITĂȚII DE CURS METODE CONTEMPORANE DE ANALIZĂ ÎN ECONOMIE.....	12
FIȘA UNITĂȚII DE CURS SISTEME INFORMAȚIONALE ÎN ECONOMIE.....	14
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MANAGEMENTUL ANTICRIZĂ.....	16
FIȘA UNITĂȚII DE CURS SOLUȚII LOGISTICE AVANSATE.....	18
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MANAGEMENTUL PROIECTELOR DE CERCETARE-DEZVOLTARE.....	20
FIȘA UNITĂȚII DE CURS PIEȚE FINANCIARE ȘI TRANZACȚII BURSIERE.....	22
FIȘA UNITĂȚII DE CURS CONCURENȚA ȘI NIVELURILE DE COMPETITIVITATE.....	25
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MANAGEMENT STRATEGIC.....	28
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MANAGEMENT INVESTIȚIONAL.....	30
FIȘA UNITĂȚII DE CURS METODE AVANSATE DE CERCETĂRI DE MARKETING.....	32
FIȘA UNITĂȚII DE CURS STRATEGII DE MARKETING.....	35
FIȘA UNITĂȚII DE CURS METODE ȘI MODELE DE ANALIZĂ A RISCULUI ÎN AFACERI.....	37
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MANAGEMENTUL OPERAȚIUNILOR ÎN COMERȚ.....	39
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MANAGEMENTUL SCHIMBĂRII.....	41
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MERCHANDISING ȘI SEGMENTAREA PIEȚEI.....	43
FIȘA UNITĂȚII DE CURS TEORIA DECIZIILOR.....	45
FIȘA UNITĂȚII DE CURS LEADERSHIP ȘI COMPORTAMENTUL ORGANIZAȚIONAL.....	47
FIȘA UNITĂȚII DE CURS NEGOCIERI ÎN AFACERI.....	49
INDICAȚII METODICE PENTRU REALIZAREA STAGIULUI PRACTICII DE SPECIALIZARE.....	51
INDICAȚII METODICE DE REALIZARE ȘI SUSȚINERE PUBLICĂ A TEZEI DE MASTER.....	53
1.2. MINIMUL CURRICULAR ÎNȚIAL PENTRU PROGRAMUL ADMINISTRAREA AFACERILOR COMERCIALE.....	
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MONEDĂ ȘI CREDIT.....	54
FIȘA UNITĂȚII DE CURS TEORIA ECONOMICĂ I.....	56
FIȘA UNITĂȚII DE CURS FUNDAMENTELE MANAGEMENTULUI ORGANIZAȚIEI I.....	58
FIȘA UNITĂȚII DE CURS TEORIA ECONOMICĂ II.....	60
FIȘA UNITĂȚII DE CURS FUNDAMENTELE MANAGEMENTULUI ORGANIZAȚIEI II.....	62
FIȘA UNITĂȚII DE CURS MARKETING.....	64



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



FIȘELE UNITĂȚILOR DE CURS INCLUSE ÎN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÎNT LA PROGRAMUL DE MASTER ADMINISTRAREA AFACERILOR COMERCIALE

1.1. DISCIPLINE DE BAZĂ

FIȘA UNITĂȚII DE CURS TEORII ECONOMICE CONTEMPORANE

Codul unității de curs în programul de studii: F.01.O.001
Domeniul general de studiu: 041. Științe Economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea proramului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului, catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă cursul: anul I, semestrul I
Titular de curs: dr., conf. univ. Alla TRUSEVICI
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Unitatea de curs „Teorii economice contemporane” abordează o gamă extinsă de probleme legate de evoluția școlilor și curentelor economice tradiționale și contemporane, cu scopul de a lărgi orizontul de cunoaștere al studenților. Astfel, după o sumară prezentare a gândirii economice premoderne, sunt examinate și redată idei, teorii, doctrine, paradigme, școli și curente de gândire economică din epoca modernă și contemporană, cu un accent aparte pus pe acelea care surprind fundamente esențiale și durabile ale vieții economice, conțin elemente perene, cu valabilitate permanentă. Cunoașterea acestor construcții teoretice ne permite să examinăm starea actuală a teoriei și practicii economice nu numai în raport cu realitățile economice, ci și în lumina încercărilor făcute de generațiile anterioare de economiști pentru explicarea și soluționarea problemelor economice. Comparând punctele de vedere actuale cu realizările din trecut putem dezvălui atât progrese cât și neajunsuri ale teoriilor actuale, precum și interpretări care pregătesc evoluția viitoare a științei (științelor) economice.
Competențe prealabile: <ul style="list-style-type: none">- cunoașterea legităților de bază a realizării activității economice a indivizilor;- stăpânirea limbajului economic pentru a putea opera cu concepte din domeniul teoriei economice;- capacitatea de a culege, prelucra și sintetiza informații din practica economică;- înțelegerea mecanismului de elaborare și realizare a politicilor economice
Competențe dezvoltate: <p><i>Competențe profesionale:</i> CP1. Operarea cu concepte, metode de cercetare și teorii științifice din domeniul profesional și utilizarea lor în comunicarea profesională. CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor moderne de administrare a unei activități specifice domeniului profesional. CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice domeniilor profesional.</p> <p><i>Competențe transversale:</i> CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate 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.</p>

**Finalități de studii:**

- să identifice curente și școlile gândirii economice;
- să aplice teoriile elaborate de economiști de vază la realitățile practice contemporane;
- să analizeze specificul programelor de cercetare și a metodologiei de cercetare utilizate de diverse școli economice;
- să evalueze modelele de creștere economică contemporană;
- să interpreteze mecanismul reglementării de stat a proceselor economice.

Unități de învățare: Caracteristica generală a procesului de formare a paradigmei economice a teoriei economice. Teoriile keynesiene contemporane. Neoclasicismul modern și neoliberalismul. Evoluția direcției instituționale a gândirii economice în a doua jumătate a secolului XX. Concepte economice moderne social-democrate. Teorii liberale neoclasice despre comerțul internațional și criticiile acestora (1870 – 2000). Doctrinile economice ale subdezvoltării. Economia informațională: evoluția conceptelor teoretice.

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, proiect de cercetare, studiu de caz.

Evaluarea finală: Masteranzii 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: $Nf = Nc \times 0,5 + Ne \times 0,5$, unde Nf – nota finală; Nc – nota reușitei curente; Ne – nota de la examen

Bibliografie**Obligatorie:**

1. BEAUD MICHEL, DOSTALER GILLES. *Gândirea economică de după Keynes*, Ed. Eurosong & Book, București, 2000, 425 p.
2. FRIEDMAN, MILTON. *Capitalism și libertate*, București: Ed. Științifică și Enciclopedică, 1994
3. KEYNES, JOHN MAINARD. *Teoria generală a folosirii mâinii de lucru, a dobânzii și a banilor*, București: Ed. Științifică, 1970
4. MARX, K. *Capitalul*, București: Ed. Politică, 1960.
5. MARX, K. *Teorii asupra plusvalorii*, București: Ed. Politică, 1960.
6. POPESCU, GHEORGHE H. *Macroeconomie*. București: Ed. Economică, 2013, 736 p.
7. SMITH, A. *Avuția națiunilor. Cercetare asupra naturii și cauzelor ei*, Ed. Academiei Române, București, 1962
8. STANCU, S. *Macroeconomie cantitativă avansată: Breviar teoretic și aplicații*. București: Ed. ASE, 2013, 294 p.
9. НУРЕЕВ, Р. М. *Экономика развития: модели становления рыночной экономики: учебник для студентов экономических вузов и факультетов: 2-е изд.* М.: Норма, 2008, 375 с.
10. АКИМОВА, Т. А. *Основы экономики устойчивого развития. Учебное пособие для вузов.* Москва: Изд.-во Экономика, 2018. 384 с.
11. ТАЛЕР, Р. *Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать.* Издательство: Эксмо. 2017, 225 с.

Suplimentară:

1. CHISTRUGA, M. *Estimarea principalilor indicatori macroeconomici ai Republicii Moldova*. Chișinău: Fin-Consultant, 2011
2. ЖИТИНКИН, В. *О роли госкорпораций в реализации экономической политики.* Качество. Инновации. Образование. 2010. Nr 9. с. 56-61.
3. Trusevici, Alla *Некоторые аспекты трансграничного сотрудничества* Развитие прикордонних регіонів в системі танскордонного співробітництва Матеріали Міжнародної науково - практичної конференції 21-28.04. 2017 Чернівці- Бельці с. 38-42
4. TRUSEVICI, A.; BRANAȘCO N. *Culegere de teste și probleme pentru lecții practice la disciplina Teoria economică*. Bălți: Ed. Tipografia universitară bălțeană, 2010, 81 p.
5. TRUSEVICI, A.; BRANAȘCO N. *Indicații metodice pentru lecții practice la disciplina Teoria economică*. Bălți: Ed. Tipografia universitară bălțeană, 2010, 85 p



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS METODOLOGIA ȘI ETICA CERCETĂRILOR ÎN ECONOMIE

Codul unității de curs în programul de studii: F.01.O.002
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
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 1
Titularul: dr., conf. univ. Andrei BALÎNSCHI
Descriere succintă a corelării/integrării cu/în programul de studii: Studiarea obiectului „Metodologia și etica cercetărilor economice” constituie o bază teoretică pentru activitățile didactice și de cercetare ale studenților masteranzi pe parcursul instruirii lor la ciclul II - studii superioare de master, precum și căpătarea abilităților practice pentru activitatea de cercetare științifică viitoare după absolvirea universității, în munca după specialitate. Însușirea acestui obiect se bazează pe cunoștințele studenților ciclului I – studii superioare de licență, căpătate la astfel de discipline cum ar fi „Filozofia”, „Logica”, „Statistica”, „Informatica”, „Analiza economico-financiară” etc. Deci se subînțelege că studenții trebuie deja să cunoască teoriile filosofice despre cunoaștere, rolul logicii în procesul de cunoaștere, noțiunile și termenii asociați cu acest proces.
Competențe prealabile: masteranzii trebuie să fie capabili să se orienteze în problemele observării statistice, să opereze cu indicii statistici la studierea și explicarea proceselor de producție și economice; să dispună de aptitudinile necesare pentru accesarea rețelei Internet, poștei electronice, să fie utilizatori eficienți ai programelor Windows, Excel, Microsoft Office Publisher, Microsoft Office Power Point etc.
Competențe dezvoltate: <i>Competențe profesionale:</i> CP1. Operarea cu concepte, metode de cercetare și teorii științifice din domeniul profesional și utilizarea lor în comunicarea profesională. CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor moderne de administrare a unei activități specifice domeniului profesional. CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice domeniilor profesionale. <i>Competențe transversale:</i> CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate 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: 1. Să puncteze scopul și sarcinile cercetării științifice; să determine problemele, obiectul și subiectul cercetării; să efectueze planificarea generală a cercetării științifice; să aplice legi și reguli logice în munca de cercetare; să argumenteze rezultatele primite și să tragă concluzii; 2. Să utilizeze eficient serviciile bibliotecii științifice; să identifice instrumentele de informare după indicii de clasificare; să utilizeze documentele primare în cercetările științifice; să utilizeze documentele secundare în cercetările științifice; 3. Să aplice metodele de bază de căutare a informațiilor științifice; să aplice tehnica studierii literaturii și colectării informațiilor științifice; să aplice metodele principale de prelucrare a informațiilor colectate; să aplice metodele de expunere a textului științific; 4. Să aplice aptitudinile de prezentare a materialului textual, ilustrativ și numeric în lucrarea științifică; să cunoască ordinea prezentării datelor bibliografice în lucrarea științifică; să conștientizeze etica citării materialelor din sursele literare și responsabilitatea pentru plagiat; 5. Să numească cerințele generale față de teza de master; să cunoască structura și particularitățile conținutului



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



părților componente ale tezei de master; să aplice aptitudinile și ordinea de selectare și studiere a surselor literare și utilizare a realizărilor științifice la elaborarea tezei de master; să aplice aptitudinile de elaborare a concluziilor și recomandărilor reieșind din rezultatele cercetărilor înfăptuite; să cunoască procedura de susținere a tezei de master.

Unități de învățare: Concepte generale despre cercetare. Metodele de cercetare științifică. Informațiile științifice și rolul lor în cercetarea științifică. Surse și tipuri de informații științifice. Tehnologia de căutare, colectare și prelucrare a informațiilor științifice. Redactarea lucrării științifice. Perfectarea lucrării științifice. Structura informațiilor bibliografice. Metoda de pregătire și procedura de susținere a tezei de master.

Strategii didactice: expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, lucrul în grup, studiul individual, lucrul cu manualul și textele lecțiilor, prezentări Power Point, dezbateră.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală, proiect de cercetare, studiu de caz.

Evaluarea finală: Masteranzii 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: $Nf = Nc \times 0,5 + Ne \times 0,5$, unde Nf – nota finală; Nc – nota reușitei curente; Ne – nota de la examen

Bibliografie

Obligatorie:

1. Codul cu privire la știință și inovare al Republicii Moldova: nr. 259-XV din 15.07.2004. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2004, nr. 125-129/663;
2. Legea cu privire la informatizare și la resursele informaționale de stat: nr. 467-XV din 21.11.2003. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2004, nr. 6-12/44;
3. STAS SR ISO 690 *Documentare. Referințe bibliografice. Conținut. Formă și structură* (Документирование. Библиографические справки. Содержание. Форма и структура).
4. STAS 8256/82 *Informare și documentare. Prescurtarea cuvintelor și a expresiilor tipice românești și străine din referințele bibliografice* (Информирование и документирование. Сокращение слов и типичных румынских выражений в библиографических справках).
5. SR ISO 832 *Informare și documentare. Descriere și referințe bibliografice. Reguli pentru abrevierea termenilor bibliografici* (Информирование и документирование. Библиографические описания и справки. Правила для аббревиатур библиографических терминов).
6. SM SR ISO 690-2: 2005 *Informare și documentare. Referințe bibliografice. Partea 2. Documente electronice complete și părți de documente*.
7. Balînschi, Andrei. Metodologia cercetărilor științifice în economie. Bălți: „MARKETING PLUS”, 2015, – 232 p. ISBN 978-9975-132-51-0.
8. Балынский, Андрей. Методология научных экономических исследований. Учебник / Кишинев: Издательство MARKETING PLUS, 2005, с. 4-20, 27-32.

Suplimentară:

1. Popescu, C.; Răboacă, Gh.; Ciucur, D.; Iovan, Daniela. Metodologia cercetării științifice economice, Editura ASE, București, 2006;
2. Țapoc, Vasile; Capcelea, Valeriu. Cercetarea Științifică. – Ch.: Arc, 2008. (F.E.-P. „Tipogr. Centrală”) – 312 p. ISBN 978-9975-64-494-8;
3. Балынки, Андрей. Рекламный менеджмент фирмы / Андрей Балынки. - Кишинэу: Еврика. 2001, с. 35-40;
4. Бурдин, К. С. Как оформить научную работу / К. С. Бурдин., П. В. Веселов Методическое пособие. - М., «Высшая школа», 1973, с. 10-13, 22-27;
5. Кузин, Ф.А. Кандидатская диссертация: Методика написания, правила оформления и порядок защиты. Практическое пособие для аспирантов и соискателей ученой степени / Ф. А. Кузин - 2-е изд. – М.: «Ось-89», 1998, с.7-34;
6. Радаев, В. В. Как организовать и представить исследовательский проект: 75 простых правил. – М.: ГУ-ВШЭ: ИНФРА-М, 2001, с. 10-26;
7. Райзберг, Б. А. Диссертация и ученая степень. Пособие для соискателей. - 3-е изд., доп. – М.: ИНФРА-М, 2003, с. 47-52, 122-127.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS COMUNICAREA ȘI CORESPONDENȚA DE AFACERI ÎN LIMBA ENGLEZĂ

Codul unității de curs în programul de studii: F.01.O.003
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea și catedra responsabilă: Facultatea de Litere, Catedra Filologie Engleză și Germană
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul I, semestrul 1
Titularul: dr., conf. univ. M. ȚAULEAN
Descriere succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii: Unitatea de curs „Comunicarea și corespondența de afaceri în limba engleză” este o continuare a cursului obligatoriu de la ciclul I - Licență. Scopul principal al cursului este de a învăța masteranzii să comunice în limba engleză, utilizând lexicul de specialitate; să scrie și să perfecteze corect o scrisoare electronică; să poată întreba sau da sfaturi referitor la utilizarea calculatorului, programelor de bază și a internetului. Cursul are menirea de a facilita asimilarea terminologiei de specialitate în limba engleză și de a pregăti masteranzii de la Facultatea Științe Reale, Economice și ale Mediului pentru încadrarea în sfera tehnologiilor moderne.
Competențe prealabile: <ul style="list-style-type: none">- cunoașterea gramaticii limbii engleze;- utilizarea corectă a structurilor gramaticale învățate în activitățile auditoriale;- aplicarea vocabularului achiziționat în situații de comunicare (ex. la un interviu);- cunoașterea surselor de documentare privind corectitudinea exprimării orale și scrise în limba engleză.
Competențe dezvoltate: <p><i>Competențe profesionale:</i> CP1. Operarea cu concepte și metode științifice din domeniul băncilor și asigurărilor, teoriilor decizionale moderne și utilizarea lor în comunicarea profesională. CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor moderne de activitate bancară și de asigurări în activitățile specifice domeniului. CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specifice procesului de administrare a afacerilor.</p> <p><i>Competențe transversale:</i> CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate 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.</p>
Finalități de studii: <ul style="list-style-type: none">- să exemplifice conceptele fundamentale din domeniul limbii engleze;- să utilizeze structurile studiate în dialoguri și scrisori de afaceri;- să se prezinte oral ca fiind angajat la un post de lucru și să răspundă la întrebări referitoare la profesia aleasă;- să converseze în limba engleză utilizând lexicul specialității;- să aplice vocabularul economic în scrierea unor documente personale (CV-ul, resume, scrisoare către un angajator etc.
Unități de învățare: Jobs. Grammar: Many/much/few/little. A working day of a sales manager. Grammar: Present Simple vs Present Continuous. The history of Ford motor company. Grammar: Past Simple. Past Continuous. Consolidation Units 1-3. Testing. Travelling on business. Grammar: Present Perfect. E-commerce. Grammar: Past Simple. Reading: The work of a sales manager. Grammar: Modal verbs. Consolidation Units 4-6. Testing. Hospitality Industry. Grammar: Degrees of comparison. Past Perfect. Starting your own business. Grammar: Expressing future. Consolidation Units 7-8. Testing. Business Communication. Writing and Speaking – Your Keys to Business Success. Translation practice: The job campaign. Writing resume. Writing a CV. Translation practice. Business letters: Introducing your firm (the body the message of a letter). Official Invitations. Request. Claim, protest! Gratitude, thanks. Regret, apology. Translation practice.
Strategii didactice: Lucrul în pereche/grup (STAD-Student Teams Achievement Division), metoda învățării reciproce (reciprocal teaching), pair-share circle (metoda schimbarii perechii), discuții, dezbateri, situații de problemă; (problem solving); proiect de cercetare (project work).
Strategii de evaluare: Evaluarea este axată pe operații de apreciere și notare a rezultatelor activității instructiv-



educative (cunoștințe, deprinderi, capacități intelectuale, atitudini etc.)

- Lucrare scrisă –test (în scris);
- Evaluare în scris: test, paragraph-writing, mini-eseu;
- Evaluare orală: dialog, povestire, prezentare;
- Evaluarea finală – examen.

Bibliografie

Obligatorie:

1. Маркушевская Л.П. , Буханова Л.И., Мелконян А.Л. , Рущенко Г.В., English for economists , (Part-Time Education), Учебное пособие по английскому языку для студентов гуманитарного факультета вечерней и заочной формы обучения , СПб ГУ ИТМО, Санкт-Петербург , 2006.

Suplimentară:

1. Beresford Cynthia. Business Communication: Practical Written English for the Modern Business World. – London: BBC English by Radio & Television, 1995.
2. Goncareenco A., Ionaș N., Kostiuicik G., ș.a. A Set of Texts for Home Reading. Chișinău: ASEM, 1998.
3. Chiriacescu, Adriana, Tomoșoiu, Nora et al., Practice in English grammar, Ed. ASE, București, 1999.
4. Ian MacKenzie, English for business studies, Cambridge University Press, 1997.
5. Ixari A., Kostiuicik G. Essential Elements of Business Law. Chișinău: ASEM, 2003.
6. Macmillan Essential Dictionary for Learners of English. International Students Edition, 2004.
7. Turcu F., ș.a. Engleza pentru întreprinzători și oameni de afaceri. Vol. I.II.III. Chișinău: ASEM, 1993.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS
MEDIUL LEGAL AL INSTITUȚIILOR BANCARE ȘI DE ASIGURĂRI
(înființarea, restructurarea și fuzionarea)

Codul unității de curs în programul de studii: F.01.O.004
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Drept și Științe Sociale, Catedra de drept
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă unitatea de curs: anul I, semestrul 1
Titularul unității de curs: dr., conf. univ. Victoria POSTOLACHE
Descrierea succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii. Unitatea de curs are drept scop familiarizarea studenților ciclului II, studii superioare de master, cu legislația ce reglementează activitatea bancară și în asigurări, determinarea cercului de activități permise față de cele care pot fi practicate în baza premiselor speciale (licențelor), monopol de stat sau a activităților interzise, procedura de înregistrare de stat, organizarea și activitatea persoanei juridice în domeniul bancar, nebamcar și de asigurări, modul de reorganizare și lichidare a subiecților raporturilor juridice în domeniu, procesul de insolabilitate, principalele forme de organizare juridică a subiecților dreptului bancar și în asigurări, precum și organizarea internă a acestora. Această unitate de curs reprezintă o sinteză a celor mai relevante prevederi legale în materia reglementării juridice a activității bancare, de creditare și în asigurări, cunoașterea cărora este indispensabilă pentru viitorul specialist în domeniu.
Competențe prealabile: masterandul trebuie să cunoască conceptele de bază (persoană juridică, persoană fizică, sector bancar, sector nebamcar, broker în asigurări, înființare, restructurare, fuzionare etc.) studiate în cadrul cursurilor de principii economiei de piață, bazele activității bancare, finanțele publice, finanțele întreprinderii, elemente de drept privat, drept civil, drept financiar-bancar etc.
Competențe dezvoltate în cadrul unității de curs: <i>Competențe profesionale:</i> CP1. Operarea cu concepte și metode științifice din domeniul băncilor și asigurărilor, teoriilor decizionale moderne și utilizarea lor în comunicarea profesională. CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor moderne de activitate bancară și de asigurări în activitățile specifice domeniului afacerilor. CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice domeniilor afacerilor. <i>Competențe transversale:</i> CT2. Desfășurarea eficientă și efecăce a activităților organizate 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. - să aplice cunoștințele obținute în cadrul unităților de curs în volumul necesar pentru realizarea obiectivelor de instruire și cercetare; - să formuleze analize critice ale teoriilor și concepțiilor juridice și economice, a prevederilor actelor normative în domeniul financiar-bancar, evidențiind imperfecțiunile dreptului pozitiv în vederea formulării propunerilor de <i>lege ferenda</i> ; - să demonstreze abilități de comunicare și de relaționare în grup, în vederea identificării, soluționării și luării de decizii motivate privind problemele în aplicarea legislației din domeniu; - să aplice în activitatea profesională metodele clasice, moderne și de cercetare specifice domeniului; - să dezvolte la ciclul II, studii superioare de master, competențele achiziționate la ciclul I, studii superioare de licență.
Unități de învățare: Mediul legal al sectorului financiar-bancar și în asigurări: considerații generale, izvoare și principii. Subiecții activității financiar-bancare și în asigurări. Reglementarea juridică a activității financiar-bancare și în asigurări. Constituirea și funcționarea băncilor comerciale, a organizațiilor de microfinanțare, a brokerilor în asigurări, a agenților în asigurări cu scop lucrativ. Regimul juridic și componența patrimoniului băncilor comerciale, a organizațiilor de microfinanțare, a brokerilor în asigurări, a agenților în asigurări cu scop lucrativ. Reorganizarea băncilor comerciale, a organizațiilor de microfinanțare, a brokerilor în asigurări, a agenților în asigurări cu scop lucrativ. Dizolvarea și lichidarea băncilor comerciale, a organizațiilor de microfinanțare, a brokerilor în asigurări, a agenților în asigurări cu scop lucrativ. Insolabilitatea. Particularitățile statutului juridic și activității băncilor, burselor și fondurilor de investiții și a activității de întreprinzător în zonele economice libere.



Strategii de predare – învățare: prelegerea, explicația, conversația, învățarea prin descoperire, studiul de caz, brainstorming-ul, lucrul în echipă, metoda hărților conceptuale, metoda comentariului de text, etc.

Strategii de evaluare: teste de evaluare curentă, prezentarea referatelor, lucrări de control, rezolvarea spețelor, bilete de examinare.

Evaluarea finală: Masteranzii 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: $N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5$,

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

Bibliografie:

Obligatorie

1. Legea Republicii Moldova privind activitatea băncilor nr. 202 din 06.10.2017. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2017, nr. 434 - 439 art. 727 din 15.12.2017 (cu modificările și completările ulterioare).
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)
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. Regulamentul BNM cu privire la cadrul de administrare a activității băncii aprobat prin din Hotărârea Consiliului de administrație al Băncii Naționale a Moldovei nr. 146 din 7 iunie 2017. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2017, nr. 201-213 art. 1183 din 23.06.17 (cu modificările ulterioare).
5. Lege cu privire la asigurări nr. 407-XVI din 21.12.2006. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2007, nr. 47-49 (cu modificările și completările ulterioare)..
6. Legea cu privire la asigurarea obligatorie de răspundere civilă pentru pagube produse de autovehicule nr. 414 – XVI din 22.12.2006. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 32 – 35/213 din 09.03.2007 (cu modificările și completările ulterioare)

Suplimentară:

1. Regulamentul BNM cu privire la exigențele față de administratorii băncii, aprobat prin Hotărârea Consiliului de administrație al Băncii Naționale a Moldovei nr. 203 din 27 iulie 2017. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2017, nr. 289-300 art.1544 din 11.08.17 (cu modificările ulterioare).
2. DUMITRU, M. *Dreptul societăților comerciale*. Iași: Institutul European, 2012
3. DOMINTE, N.R. *Organizarea și funcționarea societăților comerciale*. București: C.H. Beck, 2008
4. LETEA, C.M. *Dizolvarea și lichidarea societăților comerciale*. București: Hamangiu, 2008
5. TURCU, I. *Tratat teoretic și practic de drept comercial*. Vol. II. București: C.H. Beck, 2008



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS METODE CONTEMPORANE DE ANALIZĂ ÎN ECONOMIE

Codul unității de curs în programul de studii: F.01.O.005
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
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 1
Titularul: dr., conf. univ. Gheorghe BULAT
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. Scopul unității de curs „Metode contemporane de analiză în economie” să consolideze deprinderile de identificare, selectare și utilizare a informațiilor utilizate în analiza economico-financiară a entităților pe baza unui raționament științific adecvat și corect fundamentat pentru reliefașarea particularităților pe sectoare de activitate (agricultură, comerț, turism, transporturi). Competențele care vor fi obținute de către masteranzi prin studiile de caz de la seminariile pot să răspundă așteptărilor mediului de afaceri care dorește absolvenți cu o capacitate dezvoltată de analiză a performanțelor.
Competențe prealabile: <ul style="list-style-type: none">- 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: <p><i>Competențe profesionale:</i></p> <p>CP1. Operarea cu concepte și metode științifice din domeniul băncilor și asigurărilor, teoriilor decizionale moderne și utilizarea lor în comunicarea profesională.</p> <p>CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor moderne de administrare în activitățile specifice domeniului afacerilor.</p> <p>CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice domeniilor afacerilor.</p> <p>CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specifice procesului de administrare a afacerilor.</p> <p><i>Competențe transversale:</i></p> <p>CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate în echipă;</p> <p>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.</p>
Finalități de studii: <ul style="list-style-type: none">- să analizeze indicatorii de bază la nivel microeconomic și macroeconomic;- să distingă nivelul rezervelor;- să selecteze modurile de măsurare a influenței factorilor;- să formuleze concluzii, reieșind din analiza indicatorilor;- să aranjeze documentar rezultatele analitice.
Unități de învățare: Diagnosticul costurilor. Metodica analizei costurilor de materiale. Diagnosticul și estimarea profitului. Analiza profitului de la comercializare. Diagnosticul și estimarea rentabilității. Metodica managerială a analizei resurselor financiare. Diagnosticul situației financiare. Diagnosticul lichidității bilanțului contabil.
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, lucrul individual, proiect de cercetare, examen scris. Evaluarea finală: Masteranzii 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: $N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5$,
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.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS SISTEME INFORMAȚIONALE ÎN ECONOMIE

Codul unității de curs în programul de studii: S.01.O.006
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041 Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
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 1
Titularul: dr., conf. univ. Carolina TCACI; asist. univ., magistru Diana GRIȚCO
Descriere succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii: Unitatea de curs „Sisteme informaționale economice” răspunde exigențelor actuale ale sistemului informațional economic al entităților și contribuie la formarea specialiștilor care să dețină competențe necesare în specialitate, formarea deprinderilor de documentare, evidență și analiză a proceselor, operațiunilor economice în conexiune cu derularea fluxurilor financiare, capacitatea de aplicare a metodologiei și tehnicilor specifice gestiunii informaționale a entității, formarea deprinderilor de lucru în echipă etc.
Competențe prealabile: <ul style="list-style-type: none">- cunoașterea principalelor concepte și teorii din domeniul economiei și activității financiare, dezvoltarea capacității de înțelegere și utilizare a acestora;- înțelegerea rolului și importanței documentării, evidenței și auditului intern pentru economie;- cunoașterea termenilor cheie din unitățile de curs „Bazele contabilității”, „Management financiar”, „Managementul IMM”, Tehnologii informaționale comunicaționale;- dezvoltarea abilităților în vederea elaborării de analize și studii în domeniu.
Competențe dezvoltate: <p><i>Competențe profesionale:</i> CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor moderne de administrare în activitățile specific domeniului afacerilor. CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice domeniilor afacerilor. CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specifice procesului de administrare a afacerilor. CP6. Realizarea la nivel instituțional a unei cercetări de eficiență a modelului de organizare a procesului administrative.</p> <p><i>Competențe transversale:</i> CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate 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.</p>
Finalități de studii: <ul style="list-style-type: none">- să aplice prevederile cadrului normativ specific activității economice din Republica Moldova;- să analizeze particularitățile evaluării operațiunilor economice;- să evalueze activitatea de control în cadrul entității;- să cunoască metodologia de realizare a controlului în cadrul entității;- să interpreteze datele și informațiile referitoare la problemele specifice activității entității.
Unități de învățare: Principiile de funcționare a programului IC: Contabilitate. Nomenclatoare. Tipuri de nomenclatoare. Documente. Introducerea documentelor. Registrul Contabilitatea mărfurilor.Registrul Contabilitatea materialelor. Registrul Obiectelor de Mică Valoare și Scurtă Durată. Registrul Contabilitatea Activelor Nemateriale. Registrul Contabilitatea Mijloacelor fixe. Registrul Cadre și Salariul. Registrul Banca și Casieria/Rapoarte și Dări de Seamă.
Strategii didactice: Prelegerea, prelegerea-discuție, seminarul cu utilizarea mesei rotunde, metode intuitive de învățare creativă (brainstorming, discuție Panel, problematizarea, metoda cazului).
Strategii de evaluare: Teste grilă, proiect de cercetare, portofoliu, examen asistat la calculator. Evaluarea finală: Masteranzii 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: $N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen



Bibliografie

Obligatorie:

1. Legea contabilității și raportării financiare nr. 287 din 15.12.2017. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2018, nr. 1 – 6 din 05.01.2018 cu modificările și completările ulterioare.
2. Standardele Naționale de Contabilitate aprobate prin ordinul Ministerului Finanțelor al Republicii Moldova nr. 118 din 06.08.2013. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova. nr. 233-237/1534 din 22.10.2013 și nr. 177-181/1224 din 16.08.2013.
3. Planul general de conturi contabile al agenților economici din Republica Moldova. În: Contabilitate și audit, nr. 10 din 2013. p. 51 – 91.
4. ABRAMOV, V., BAIDAKOV, V., BAKU. 1С: Entreprise 8. Configurația. Contabilitatea pentru Moldova. Redacția 1.1. Instrucțiunea privind ducerea evidenței. Moscova: Firma „1С”, 2012, 200 p.
5. Ghidul contabilului. Ch.: Ed. Vivar Editor, 535 p.

Suplimentară:

1. GRIGOROI, L., LAZARI. L. Contabilitatea întreprinderii. Chișinău: Cartier, 2013, 508 p.
2. GRIGOROI, L., LAZARI. L. Bazele contabilității. Chișinău: Cartier, 2012, 236 p.
3. NEDERIȚĂ A., BUCUR V., CARAUȘ M. Contabilitate financiară. Ediția a 2-a revăzută și completată. Chișinău: ACAP, 2003, 640 p.
4. NEDERIȚĂ A. Corespondența conturilor contabile. Chișinău: Contabilitate și audit. 2007, 650 p.
5. Радченко М.Г. 1С: Предприятие 8.3. Практическое пособие разработчика. Примеры и типовые приемы
6. Филатова Виолетта Олеговна 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8.3. БУХГАЛТЕРИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
7. www.cnas.md
8. www.servicii.fisc.md
9. www.statistica.md
10. www.cnam.md
11. www.cnpf.md



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS MANAGEMENTUL ANTICRIZĂ

Codul cursului în programul de studii: S.02.O.107
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041 Științe Economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului, 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. Alla TRUSEVICI
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Unitatea de curs „Managementul anticriză” abordează o gamă extinsă de probleme legate de gestionarea întreprinderii în situații de criză cu scopul de a forma la studenți competențe profesionale. Constituirea sistemului economiei de piață reprezintă un proces complex și de durată care presupune îndeplinirea unor multiple obiective, printre care un loc important îl ocupă restructurarea economiei naționale. În procesul activității vitale a organizației economice intervin perioade de stare instabilă, condiționate atât de mega- și macro-factori, cât și de procesele interne: uzura materială și morală a fondurilor fixe, producției, elaborărilor de proiectare și construcții; pierderea de către personal a dinamicii și predispoziției pentru schimbări; pierderea flexibilității și adaptabilității de către elementele organizatorico-structurale, sistemele de stimulare a muncii etc. Aceasta include managementul anticriză în categoria științei fundamentale, sisteme și practici de gestiune. Managementul anticriză în sens larg este activitatea administrativă generală pentru aducerea organizației din starea instabilă (stagnare, colaps) în stare de reproducție echilibrată.
Competențe prealabile - cunoașterea cauzelor și consecințelor dezvoltării crizelor la nivel micro- și macroeconomic; - stăpânirea limbajului economico-financiar pentru a putea opera cu concepte din domeniul managementului; - capacitatea de a culege, prelucra și sintetiza informații din mediul intern și extern al întreprinderii; - evidențierea fluxurilor financiare din cadrul întreprinderii, a rolului inovațiilor și a investițiilor; - înțelegerea mecanismului gestiunii financiare la nivelul firmei; - prezentarea rolului activității de marketing în procesul decizional al întreprinderii; - tratarea problemelor legate de managementul personalului.
Competențe dezvoltate: <i>Competențe profesionale:</i> CP1. Operarea cu concepte și metode științifice din domeniul administrării afacerilor. teoriilor decizionale moderne și utilizarea lor în comunicarea profesională. CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor moderne de administrare a unei activități specifice domeniului afacerilor. CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice domeniilor afacerilor. <i>Competențe transversale:</i> CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate 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 cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să identifice factorii de risc în dezvoltarea organizației; - să elaboreze strategiile anticriză în cadrul întreprinderilor; - să analizeze potențialul inovațional al întreprinderii; - să evalueze metodele de apreciere a riscurilor investiționale; - să interpreteze mecanismul conflictului și gestiunea anticriză cu personalul întreprinderii.



Unități de învățare:

Crizele în dezvoltarea macro și microeconomică. Crizele în dezvoltarea organizației. Reglementarea de stat a situațiilor de criză. Mecanismul gestiunii anticriză în cadrul întreprinderii. Analiza diagnostic financiar-economică a întreprinderii în starea de criză. Marketingul în gestiunea anticriză. Strategia și tactica gestiunii anticriză. Riscurile în gestiunea anticriză. Inovațiile și investițiile în gestiunea anticriză. Mecanismele conflictului în gestiunea anticriză. Procesul dezvoltării conflictului și gestiunea anticriză lui. Gestiunea anticriză cu personalul 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: Teste grilă, referat de cercetare, lucrări de control, examen scris.

Evaluarea finală: Masteranzii vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor, dezbaterilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminar. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5$,

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

Bibliografie obligatorie:

1. BĂRBULESCU C. *Diagnosticarea întreprinderilor în dificultate economică. Strategii și politici de redresare și dinamizare a activității*. București: Economică, 2002. 320 p.
2. BERCA A. *Crizele economice și ciclitatea lor*. București: Institutul European 2012. 350 p.
3. BUCUR I. *Diagnostic economico-financiar*. Iași: PIM, 2008.
4. BUCĂȚARU D. *Evaluarea întreprinderii*. Iași: Junimea, 2009. 174 p.
5. BURDUȘ E., *Managementul schimbării organizaționale*. București: Economică, 2000. 155 p.
6. BURLACU N., *Managementul anticriză în cadrul întreprinderii. Premisele dezvoltării economiei naționale în contextul crizei economice*. Materialele Conferinței Științifico practice internaționale. Bălți 2010, p. 111-114
7. COTELNIC Ala. *Adaptarea firmelor la mediul concurențial și rezistența opusă de angajați*. În: *Economica*, nr. 1, An. 2007, p. 31-34.
8. ЛАРИОНОВ И. К. *Антикризисное управление: учебное пособие*. Москва: Дашков и К, 2004. 292 с.
9. МИТИН Н., ФЕДОРОВА А. Э., ТОКАРЕВА Ю. А. *Антикризисное управление персоналом организации*. Санкт -Петербург: Питер, 2005. 272 с.
10. Legislația Republicii Moldova, <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=296762>.
11. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, <http://www.statistica.md/newsview.php?l=ro&idc=168&id=379>

Bibliografie opțională:

1. ANGHELACHE C. *Managementul financiar al firmei*. București: Artifex, 2007. 289 p.
2. ANSOFF I. *Stratégie du développement de l'entreprise*. Paris: Les Editions d'Organisation, 1989. 623 p.
3. BALTEAN G. *Ideologie și criza economică : Strategie și tactica în relațiile Est-Vest*. Freiburg, Coresi, 1985, p. 227
4. BELOSTECINIC M., ȘENDREA M. *Schimbările organizaționale: provocări și probleme/ Marina Nicolaescu, Mariana Șendrea*. În: *Analele Academiei de Studii Economice din Moldova*, Anul 2004, Vol. 2, p. 165-168.
5. BURLACU N. *Personalul organizației aflate în criză*. Revista Studii Economice. Nr.3-4, Chișinău, ULIM, 2011, p. 207-216
6. BURLACU N. *Evaluarea problemelor economice în antreprenoriatul din RM prin aplicarea Mg. anticriză*. Revista „Studii Economice”, an.II nr. 1-2 (iunie)/2008, Chișinău, ULIM, p. 122-126
7. BURLACU N., TCACI C. *Viabilitatea întreprinderii prin managementul anticriză/* 2012, Chișinău, ULIM. p. 271, 978-9975-124-06-5
8. CURETEANU R. *Analiza diagnostic și rolul său în elaborarea strategiilor întreprinderii*. Timișoara: Mirton, 2008. 241 p.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS SOLUȚII LOGISTICE AVANSATE

Codul unității de curs/ modulului în programul de studii: S.02.O.108
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Domeniului general de formare profesională la ciclul II: Științe economice
Denumirea specialității: Administrarea Afacerilor Comerciale
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul I, semestrul 2
Titularul: dr., lector. univ. Rodica SLUTU
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Curriculum – ul la disciplina Soluții Logistice Avansate definește o serie de probleme legate de organizarea activităților logistice într-o organizație și de participarea a studenților la elaborarea proiectelor de analiză logistică în cadrul unei organizații. Programul cursului include studierea aspectelor conceptuale, legităților logistice de analiză a interdependenței conceptelor analizate. Este dezvăluit conceptul logistică, cu delimitarea și studierea tuturor elementelor componente ale logisticii, se examinează tehnologia analizei conceptelor analizate, metodele de lucru cu metodologia de analiză a logisticii și a principalelor activități din domeniul gestiunii eficiente a logisticii. Este analizat procesul de elaborare a planului logistic al întreprinderii, de stabilire a necesarului și a componentelor lanțului logistic. Sunt prezentate structura prelegerilor de curs, temele seminariilor, structura proiectului, evaluarea curentă, evaluarea finală, precum și bibliografia obligatorie și recomandată. Scopul acestui curs este dezvoltarea capacității decizionale referitoare la gestiunea componentelor sistemului logistic al întreprinderii, în condițiile îndeplinirii obiectivelor de marketing ale organizației.
Competențe prealabile: <ul style="list-style-type: none">- de cunoaștere a conceptelor de bază teoretice și aplicative ale marketingului;- de cunoaștere a metodelor utilizate de planificare, gestiune a unei afaceri;- de identificare a oportunităților de gestiune eficiente a afacerii în contextul conjuncturii economice schimbătoare, astfel încât să contribuie la atingerea competitivității;- de analiză a comportamentului consumatorului, a componentelor marketingului în cadrul unei organizații;
Competențe dezvoltate în cadrul unității de curs:: <p><i>Competențe profesionale:</i> CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor modern de administrare în activitățile specifice din domeniul afacerilor; CP3 Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristicile domeniilor afacerilor; CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specific procesului de administrare a afacerilor; CP6. Realizarea la nivel instituțional a unei cercetări de eficiență a modelului de organizare a procesului administrativ.</p> <p><i>Competențe transversale:</i> CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate în echipă; CT3. Autoevaluarea obiectivă a nevoii de autodezvoltare profesională continuă în vederea adaptării competențelor profesionale și manageriale la dinamica domeniului și la exigențele pieței de muncă.</p>
Finalități de studii realizate la finele unității de curs: <p>La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil:</p> <ul style="list-style-type: none">- să restructureze cunoștințele despre implicațiile sistemului logistic în gestiunea fenomenelor social-economice;- să integreze corelațiile dintre regulile generale de activitate logistică și formele practice de desfășurare a afacerilor economice;- să aprecieze rolul și locul individului, grupurilor și a comunității umane în ansamblu în producerea și distribuția bunurilor de consum;- să aprecieze critic diverse concepte de evaluare a rezultatelor activității economice și a calității vieții umane;- să planifice strategiile și modelele logistice în ramuri și domenii de activitate economică;- să posede capacitatea de selectare a priorităților de politică economică promovată în cadrul unui sistem economic și de păstrare utilă a funcției logistice.
Unități de învățare: Locul logisticii în activitatea economică. Sistemul informațional al activității logistice. Servicii logistice. Cooperarea în logistică. Logistica și marketingul. Logistica depozitării mărfurilor. Integrarea sectorială a



logisticii. Logistica stocării mărfurilor. Logistica distribuției mărfurilor. Politica europeană în domeniul transporturilor și impactul asupra logisticii. Sistemul logistic al comerțului electronic.

Studiu individual:

- studierea surselor bibliografice obligatorii și conspectelor temelor unității de curs, elaborate de cadrul didactic;
- realizarea sarcinilor individuale;
- elaborarea unui referat pe o temă selectată din lista de subiecte ale referatelor;
- rezolvarea testelor de autoevaluare

Strategii de predare – învățare: 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 de evaluare periodică, curentă și finală, prezentarea referatelor, lucrări de control, portofoliu.

Nota semestrială (N_s) se calculează ca medie aritmetică dintre:

- a) media notelor obținute la evaluările curente (E_c);
- b) media notelor obținute în cadrul evaluărilor periodice (E_p);
- c) nota/media pentru lucrul individual (L_i).

$$N_s = \frac{E_c + E_p + L_i}{3}$$

Evaluarea finală se realizează sub formă de examen scris. Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_s \times 0,5 + N_e \times 0,5$,

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

Bibliografie

Obligatorie:

1. Legea Republicii Moldova privind întreprinderi și antreprenoriat, Nr. 845-XII din 03.01.1992, publicat :28.02.1994 în Monitorul Parlamentului Nr. 2 art. Nr: 33.
2. Legea Republicii Moldova cu privire la comerțul interior, Nr. 231 din 23.09.2010, publicat :22.10.2010 în Monitorul Oficial Nr. 206-209 art. Nr : 681
3. Legea Republicii Moldova cu privire la publicitate, Nr.1227-XIII din 27.06.97, publicat în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.67-68 din 16.10.1997.
4. Legea Republicii Moldova cu privire la privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, 185/2015, publicat în Monitorul Oficial, partea I nr. 405 din 5 iulie 2013.
5. Bălan, C. Logistică. Bucuresti: Uranus, 2006.
6. Bulat, V.; Barcari, I. Logistica: teorie și aplicații. Chișinău: USM, 2012.
7. Ciucan-Rusu, L.; Laszlo, H. Logistica distribuției mărfurilor. Sibiu: SAEX, 2007.
8. Kotler, Ph. Managementul marketingului. Ediția 12-a. București: Teora, 2006.
9. Neamțu, A. Marketing. București: Economică, 2004.
10. Petrovici, S.; Belostecinic, Gr. Marketing. Chișinău: CEP USM, 2003.
11. Sagaidac, M., Ungureanu, V. Cercetări operaționale. Gestiunea stocurilor. Chișinău: CEP USM. 2004.
12. Turcov, E.; Petrovici, E.; Petrovici, A. Tehnologiile comerciale și logistica. Chișinău: ASEM, 2005.

Surse suplimentare

1. Aruna, U.; Rene, G. An optimization approach to strategic sourcing. Journal of Purchasing and Supply Management. Vol.17. Issue 4. Bowling Green City: Elsevier Ltd., 2011, p. 222-230.
2. Edward, H.; Frazelle, Ph. Supply Chain Strategy. New York: Donnelley&Sons Company, 2009.
3. Young, M.; Feng, C.; Ying, T. Logistics research in a supply chain. International Journal of Logistics, Research and Applications. Vol 12. Issue 1. Washington: Taylor & Francis, 2009, p. 23 – 43.
4. Roman, T. Logistica în marea distribuție. Analele Științifice ale Universității Al. I. Cuza. Iași: Versita, 2005/2006, p.155-161.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS MANAGEMENTUL PROIECTELOR DE CERCETARE-DEZVOLTARE

Codul unității de curs în programul de studii: F.02.O.009
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: anul I, semestrul 2
Titularul: dr., conf. univ. Andrei BALÎNSCHI
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Studiarea disciplinei „Managementul proiectelor de cercetare-dezvoltare” constituie o bază 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 cariera viitoare, după absolvirea universității, adică în procesul muncii nemijlocite după specialitate. Însușirea cunoștințelor privind tehnologia elaborării proiectelor, metodelor de management și monitorizare a implementării proiectelor de cercetare și dezvoltare este o parte integrantă a procesului de formare a viitorilor specialiști în domeniul „Managementul financiar”. Studiarea unității de curs „Managementul proiectelor de cercetare și dezvoltare” se bazează pe cunoștințele obținute de către studenți la astfel de discipline ca „Planificarea de business” (ciclul I – studii de licență), „Metodologia și etica cercetărilor economice”, „Metode contemporane de analiză”, „Servicii electronice” (ciclul II – studii superioare de master).
Competențe prealabile: se presupune că masteranzii cunosc deja bazele planificării, metodele moderne de analiză, metodele de bază ale cercetărilor științifice, dispun de aptitudinile necesare pentru a accesa rețeaua Internet, poșta electronică, sînt utilizatori eficienți și cunosc posibilitățile programelor Windows, Excel, Microsoft Office Publisher, Microsoft Office Power Point etc.
Competențe dezvoltate: <i>Competențe profesionale:</i> CP1. Operarea cu concepte și metode științifice din domeniul băncilor și asigurărilor, teoriilor decizionale moderne și utilizarea lor în comunicarea profesională. CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor moderne de activitatea bancară și asigurări în activitățile specifice domeniului afacerilor. CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice domeniilor afacerilor. <i>Competențe transversale:</i> CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate 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.
Finalitățile cursului: 1. Să determine noțiunea de proiect, participanți la proiect și distribuția rolurilor; să cunoască clasificarea proiectelor; să cunoască principalele faze ale elaborării și implementării proiectului; să cunoască caracteristicile de bază ale proiectelor de cercetare, inovare și proiectelor de dezvoltare; 2. Să determine fazele ciclului de proiect: identificarea obiectivelor, programarea, formularea, implementarea, evaluarea și verificarea; să cunoască formatul (structura) documentației de proiect; să cunoască fazele principale ale elaborării Matricei Logice a proiectului; să aplice tehnologia fazei de analiză, inclusiv metoda analizei factorilor interesați (Stakeholders); 3. Să formeze matricea particularităților; să analizeze problemele și să formeze „arborile problemelor”; să poată alege strategia bazată pe „arborile obiectivelor” optimizat; să cunoască tehnologia construirii Matricei Logice; 4. Să determine care sînt factorii, ce garantează durabilitatea proiectului; să cunoască factorii calitativi și sursele de verificare a obiectivelor proiectului; să cunoască metoda de determinare a indicatorilor verificabili ai obiectivelor (IVO); indicii SMART; 5. Să fie capabil să controleze calitatea Matricei Logice; să cunoască procedura elaborării planului activităților și utilizării resurselor, relația dintre ele; să cunoască metoda planificării activităților proiectului și bugetului proiectului; să cunoască mecanismul și ordinea monitorizării realizării proiectului.



Unități de învățare: Noțiuni de bază despre managementul proiectelor. Fazele ciclului de viață a proiectului și caracteristicile de gestionare a lor. Abordarea logică și structurată a managementului proiectului. Faza analitică. Etapa de formulare a proiectului. Parametrii de calitate ai proiectului. Utilizarea Cadrelor Logic la elaborarea planului de activități și resurse.

Strategii de predare – învățare: expunerea, prelegerea interactivă, conversația euristică, demonstrația, problematizarea, brainstorming-ul, lucrul în grup, studiu de caz, studiul individual, lucrul cu manualul și textele lecțiilor, prezentări Power Point, dezbaterile

Strategii de evaluare: lucrul individual, proiect de cercetare, examen scris.
Evaluarea finală: Masteranzii 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: $N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5$,
unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen

Bibliografie

Surse bibliografice obligatorii

1. Codul cu privire la știință și inovare al Republicii Moldova nr. 259-XV din 15.07.2004. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.125-129/663 din 30.07.2004.
2. Legea Republicii Moldova nr. 138 din 21.06.2007 cu privire la parcurile științifico-tehnologice și incubatoarele de inovare. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 107-111 din 27.07.2007.
3. Legea Republicii Moldova cu privire la parcurile industriale nr.182 din 15 iulie 2010. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 155-158/561 din 03septembrie 2010.
4. Legea Republicii Moldova cu privire la Fondurile de Investiții nr.1204-XIII din 05.06.97. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 10 iulie 1997, nr. 45.
5. Legea Republicii Moldova cu privire la Investițiile în Activitatea de Întreprinzător nr. 81-XV din 18.03.2004. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 64-66 din 23.04.2004.
6. Legea privind dezvoltarea regională în Republica Moldova nr. 438-XVI din 28.12.2006. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 21-24, febr., 2007.
7. Legea Republicii Moldova cu privire la parteneriatul public-privat nr. 179-XVI din 10.07.2008. In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.165-166/605 din 02.09.2008.
8. Закон Республики Молдова № 163 «О разрешении выполнения строительных работ». In: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 155-158 (3688-3691) din 03 septembrie 2010, p. 20 - 29.
9. Managementul ciclului de proiect: manual – București. Blueprint Internațional, 2003. ISBN 973-86539-1-6.
10. Balinschi, Andrei. Metodologia cercetărilor științifice în economie. Bălți: „MARKETING PLUS”, 2015. 232 p. ISBN 978-9975-132-51-0

Surse bibliografice suplimentare

1. „Project Cycle Management: Yet Another Fad?” PCM Helpdesk, DG VIII 1993.
2. Veverița, Ana-Maria et. al. Elaborarea proiectelor : Ghidul autorităților publice locale. Chișinău : S.n., 2016. Tipogr. „Bons Offices”, 128 p. ISBN 978-9975-87-075-7.
3. Хрищев, Е.И. Инновационный менеджмент. – Ch: Editura A.S.E.M., 2001, c. 173 - 188.
4. Пайпе, С. Проектный менеджмент: ускоренный курс: пер. с нем. – Изд-во «Дело и Сервис», 2005. – 192 с.
5. Popa, Ana. Cercetare, dezvoltare și inovare în Republica Moldova: probleme și opțiuni [online] Chișinău, 2011 [citat 05.02.2021]. Disponibil: <http://www.soros.md/files/publications/documents/Cercetare%2C%20dezvoltare%20si%20inovare%20in%20RM.pdf>
6. De unde vin banii? Proiectele investiționale finanțate de donatorii externi. [online] [citat 05.02.2021]. Disponibil: <http://www.budgetstories.md/de-unde-vin-banii-proiectele-investitionale-finantate-pe-donatori/#sthash.SGDH7aPL.dpuf><http://www.budgetstories.md/de-unde-vin-banii-proiectele-investitionale-finantate-pe-donatori/>
7. ГРЕЙ, Клиффорд Ф. (Clifford F. Gray. Oregon State University), Ларсон, Эрик У. (Erik W. Larson. Oregon State University). Управление проектами. Практическое руководство / Перевод с английского (PROJECT MANAGEMENT. The Managerial Process). М. : Издательство «Дело и Сервис», 2003. 528 с. ISBN 5-8018-0152-9 (русск.) ISBN 0-07-365812-X (англ.). [online] [citat 05.02.2021]. Disponibil: <https://pqm-online.com/assets/files/lib/books/grey.pdf>
8. Балынски, Андрей. Рекламный менеджмент фирмы. Ch., Evrica, 2001. 176 с. ISBN 9975-947-75-3.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS PIEȚE FINANCIARE ȘI TRANZACȚII BURSIERE

Codul unității de curs în programul de studii: S.02.A.110
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Asministrarea afacerilor comerciale
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul I, semestrul 2
Titularul: dr., conf. univ. Andrei BALÎNSCHI
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Studiarea unității de curs „Piețe financiare și tranzacții bursiere” constituie atât o bază teoretică pentru însușirea specialității alese de către studenți pe parcursul instruirii lor la ciclul II – studii superioare de master, cât și o oportunitate de a căpăta abilități practice, care vor fi utilizate în cariera viitoare, după absolvirea universității, adică în procesul muncii nemijlocite după specialitate. Însușirea cunoștințelor privind modul de funcționare a piețelor financiare și efectuarea tranzacțiilor bursiere este o parte integrantă a procesului de formare a viitorilor specialiști în domeniile Management financiar și Bănci și Asigurări. Obiectul de studiu al cursului „Piețe financiare și tranzacții bursiere” sunt metodele și tehnologia funcționării piețelor financiare și efectuarea tranzacțiilor bursiere, pentru a rezolva multiple probleme și provocări ale realității curente, atât în știință, în sfera finanțelor, cât și în economie în general. Obiectul de studiu al cursului „Piețe financiare și tranzacții bursiere” este sistemul integral de regulamente, tehnologii, metode și tehnici de funcționare a piețelor financiare, care formează împreună baza specialităților Management financiar și Bănci și Asigurări.
Competențe prealabile: se presupune că studenții cunosc deja bazele teoretice despre monedă, credit, circulația finanțelor, metodele moderne de analiză, dispun de aptitudinile necesare pentru a accesa rețeaua Internet, poșta electronică, sunt utilizatori eficienți și cunosc posibilitățile programelor Windows, Google Meet, Moodle, Excel, Microsoft Office Publisher, Microsoft Office Power Point etc.
Competențe dezvoltate: CPI. Operarea cu concepte și metode științifice din domeniul administrării afacerilor, teoriilor decizionale moderne și utilizarea lor în comunicarea profesională. CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor moderne de administrare în activitățile specifice domeniului afacerilor. CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specifice procesului de administrare a afacerilor; CT2. Desfășurarea eficientă și efecăce a activităților organizate 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.
Finalitățile cursului: 1. Să determine esența pieței financiare și structura pieței de valori; să cunoască piața financiară a Republicii Moldova și cadrul de reglementare a acesteia; să cunoască specificul tranzacționărilor la burse; să cunoască organizarea infrastructurii bursei și principiile de reglementare a activității bursiere; să determine conceptul și structura mărfurilor bursiere; 2. Să determine indicii de bursă, funcțiile pieței titlurilor de valoare și principalele tendințe în dezvoltarea pieței valorilor mobiliare; să cunoască rolul pieței valutare în dezvoltarea economică; să aplice mecanismul de funcționare a pieței FOREX; să cunoască ce înseamnă fondatorii, membrii bursei și organele de administrare a bursei; Să cunoască ce înseamnă activitatea de brokeraj și activități de dealer; să cunoască modul de ținere a registrului și activității de depozitare; să determine procedura admiterii mărfurilor la comercializare; să cunoască mecanismul desfășurării tranzacțiilor bursiere; 4. Să cunoască tipurile principale de riscuri ale clearingului și decontărilor; să cunoască principalele direcții de dezvoltare a sistemului de compensare și decontare; să cunoască stabilirea prețului la licitație; 5. Să cunoască metoda fixing-ului la bursă; să determine scopul comerțului cu contracte futures; să cunoască mecanismul comerțului cu contracte futures și mecanismul de formare a prețurilor la contractele futures și calculele financiare la tranzacționările futures.
Unități de învățare:



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



Aspecte generale privind natura și structura piețelor financiare, conceptul și esența tranzacționărilor la bursa. Organizarea activității pieței de mărfuri, pieței titlurilor de valoare și pieței valutare în condițiile economice contemporane. Tipurile principale de riscuri. Determinarea prețului bursier. Calcule financiare la tranzacționările futures. Modalitatea de prezentare a situațiilor financiare.

Strategii didactice: Prelegere-discuție, prelegere cu caracter problematic, seminarul cu utilizarea mesei rotunde, analiza studiilor de caz, metode intuitive de învățare creativă.

Strategii de evaluare:

Formele de *evaluare curentă* presupune următoarele activități didactice dominante:

1. Evaluarea curentă asupra rezultatelor învățării și competențelor de către studenți se efectuează pe parcursul orelor de seminar. Rezultatele și competențele studenților vor fi evaluate pe parcursul semestrului;
2. Pe parcursul semestrului studenții vor fi supuși la o probă de evaluare curentă obligatorie în formă de teste.

Evaluarea finală se realizează sub forma de examen oral.

Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5$,

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

Bibliografie

Surse bibliografice obligatorii

1. Lege privind bursele de marfuri: nr. 1117-XIII din 26.02.97. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 70 din 25.07.1998 [online]. [citată 31.01.2021]. Disponibil: <http://www.law-moldova.com/laws/rom/tovarnyh-birzhah-ro.txt>

Закон «О товарных биржах»: №1117 от 26.02.97 г. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 70 din 25.07.1998 [online]. [citată 31.01.2021]. Disponibil: <http://www.law-moldova.com/laws/rus/tovarnyh-birzhah-ru.txt>

2. Lege privind piața de capital: nr. 171 din 11.07.2012. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 193-197/665 din 14.09.2012 (a intrat în vigoare la 15.03.2015) [online]. [citată 31.01.2021]. Disponibil: http://old.cnpf.md/file/BazaNormativa/acte_legis_normat/2018/03.05.2018/lege_171.pdf

Закон о рынке капитала №171 от 11.07.2012 г. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 193-197/665 din 14.09.2012 (вступил в силу с 15.03.2015 г.) [online]. [citată 31.01.2021]. Disponibil: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=63431

3. Lege privind Comisia Națională a Pieței Financiare nr. 192-XIV din 12.11.98. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 22-23 din 04.03.1999 [online]. [citată 31.01.2021]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=84363&lang=ro

Закон «О Национальной комиссии по финансовому рынку» №192-XIV от 12.11.98. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 22-23 din 04.03.1999 [online]. [citată 31.01.2021]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=84363&lang=ru

4. Hotărârea Comisiei Naționale a Pieței Financiare: nr. 64/4 din 31.12.2008 „Referitor la aprobarea instrucțiunii cu privire la oferta publică a valorilor mobiliare pe piața secundară”. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 53-54/215 din 13.03.2009 [online]. [citată 31.01.2021]. Disponibil: <http://lex.justice.md/viewdoc.php?action=view&view=doc&id=343155&lang=1>

Постановление Национальной комиссии по финансовому рынку: №64/4 от 31 декабря 2008 г. «Об утверждении Инструкции о публичном предложении ценных бумаг на вторичном рынке». In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 13 марта 2009, nr. 53-54, ч. III, ст. 215 [online]. [citată 31.01.2021]. Disponibil: <http://lex.justice.md/viewdoc.php?action=view&view=doc&id=343155&lang=2>

5. Văduva, Florin. *Piețe de capital și tranzacții bursiere. Teorie și aplicații* [online]. [citată 31.01.2021]. Disponibil: <https://ru.scribd.com/doc/57285529/Piete-de-Capital-Si-Tranzactii-Bursiere>

6. Галанов, В.А., А.И. Басов. Биржевое дело: Учебник. – Б64 М.: Финансы и статистика, 2000.

7. Балынский, А.В. Общая теория денег и кредита. Учебное пособие. Кишинэу : Еврика, 1998. 232 с. ISBN 9975-941-47-8.

Surse bibliografice suplimentare

1. Lege cu privire la Banca Națională a Moldovei: nr. 548-XIII din 21.07.95. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 56-57 din 12.10.1995. Republicat: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova* nr. 297-300 din 30.10.2015 [online]. [citată 01.02.2021]. Disponibil: <https://www.bnm.md/ro/content/lege-cu-privire-la-banca-nationala-moldovei-nr-548-xiii-din-21071995>

Закон о Национальном банке Молдовы: №548 - XIII от 21 июня 1995 г. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 56 – 57 din 12.10.1995. Переопубликован: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 297 - 300 din 30.10.2015

[online]. [citată 01.02.2021]. Disponibil: <https://www.bnm.md/ru/content/zakon-o-nacionalnom-banke-moldovy-no-548-xiii-ot-21071995>

2. Lege institutiilor financiare: nr. 550-XIII din 21.07.95. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 1 din



- 01.01.1996. Republicat: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr.78-81 din 13.05.2011; Republicat: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr.110-113 din 02.07.2010 [online] [citat 01.02.2021]. Disponibil: <https://www.bnm.md/ro/content/legea-institutiilor-financiare-nr-550-xiii-din-21071995>
- Закон о финансовых учреждениях: №550-XIII от 21.07.1995 г. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 1/2 din 01.01.1996; Переопубликован: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 78-81 din 13.05.2011; Переопубликован: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr.110-113 din 02.07.2010 [online]. [citat 01.02.2021]. Disponibil: <https://www.bnm.md/ru/content/zakon-o-finansovyh-uchrezhdeniyah-no-550-xiii-ot-21071995>
3. Lege privind reglementarea valutară: nr. 62–XVI din 21.03.2008 (în vigoare din 18.01.2009). In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr.127-130 din 18.07.2008. [online]. [citat 01.02.2021].Disponibil: http://old.nikaimobil.md/lows/zn_valuta_md.shtml
- Закон Республики Молдова «О валютном регулировании» №62-XVI от 21.03.2008, вступил в силу с 18.01.2009 г. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr.127-130/496 din 18.07.2008. [online]. [citat 01.02.2021]. Disponibil: <https://www.bnm.md/ru/content/zakon-o-valyutnom-regulirovanii-no62-xvi-ot-21-marta-2008-s-izmeneniyami-po-sostoyaniyu-na>
4. Codul Civil al Republicii Moldova: nr. 1107-XV din 06.06.2002. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 82-86 din 22.06.2002 (cu completările și modificările ulterioare) [online]. [citat 01.02.2021]. Disponibil: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/ro/md/md149ro.pdf>
- Закон «Гражданский кодекс»: №1107-XV от 6 июня 2002 г. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 82-86 / 661 din 22 iunie 2002 (с последующими изменениями и дополнениями) [online]. [citat 01.02.2021]. Disponibil: http://continent-online.com/Document/?doc_id=30397878#pos=6;-141
5. Lege privind societatile pe actiuni: nr. 1134-XIII din 02.04.97. In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, nr. 38-39 din 12.06.1997 (cu completările și modificările ulterioare) [online]. [citat 01.02.2021]. Disponibil: http://lex.justice.md/document_rom.php?id=75DC9789%3AD2483443
- Закон «Об акционерных обществах»: №1134-XIII от 2.04.1997 г. In: *Monitorul oficial al Republicii Moldova*, nr. 38-39 din 12 iunie 1997 (с последующими изменениями и дополнениями) [online]. [citat 01.02.2021]. Disponibil: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=3417
6. Nițu, Adrian. PIAȚA DE CAPITAL. *Piața financiară. Instrumente financiare. Instituții financiare* [online]. [citat 01.02.2021]. Disponibil: <https://ru.scribd.com/doc/21388224/Piata-de-Capital-curs-ID-conf-Univ-dr-A>
7. Stoica, Victor, Ion Corbu, Ioana Murariu. *Sistemul bursier internațional*. București : Editura Fundației României de Măine, 2006 [online]. [citat 01.02.2021]. Disponibil: <https://ru.scribd.com/doc/11653576/Piete-de-Capital-Si-Burse-de-Valori>
8. Что такое форекс (forex), как устроена торговля на этом рынке [online]. [citat 01.02.2021]. Disponibil: <https://fincult.info/article/chto-takoe-foreks-forex-kak-rabotaet-torgovlya-na-etom-rynke/>
9. Балынский, Андрей. Микроэкономика: проблемы переходного периода. Учебное пособие. Бельцы : Издательство „SMALL EURO BUSINESS”, 2005. 208 с. ISBN 9975-931-76-6.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS CONCURENȚA ȘI NIVELURILE DE COMPETITIVITATE

Codul unității de curs/ modulului în programul de studii: S.02.A.111
Codul și denumirea domeniului general de studiu: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul I, semestrul 2
Titularul: dr., lect. univ. Veronica GARBUZ
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Disciplina „Concurența și nivelurile de competitivitate” asigură însușirea noțiunilor fundamentale necesare oricărui economist care lucrează în domeniu și își desfășoară activitatea pe o piață. Partea teoretică oferă baza pe care se fundamentează majoritatea competențelor specifice profesiei, iar partea aplicativă oferă cadrul propice simulării activităților tipice din domeniul administrării afacerilor, asigurând în același timp și paleta de competențe transversale atât de apreciate de către majoritatea angajatorilor la nivel național și internațional. <p>Cursul „Concurența și nivelurile de competitivitate” are drept scop formarea specialistului capabil să abordeze tehnicile și instrumentele referitoare la gestiunea unei companii. Un manager competitiv trebuie să cunoască esența, principiile și metodele strategiilor concurențiale. El trebuie să fie capabil să selecteze acele metode și instrumente care să asigure viabilitatea și competitivitatea companiei.</p> <p>Pentru însușirea obiectului dat, drept bază le servesc cunoștințele formate și dezvoltate la așa discipline cum sunt: „Teoria economică”, „Economia firmei”, „Finanțele întreprinderii”, „Managementul financiar”.</p>
Competențe prealabile: <ul style="list-style-type: none">- cunoașterea conceptelor-cheie și a teoriilor din domeniul economiei și managementului;- cunoașterea elementelor de bază ale concurenței și competitivității;- cunoașterea nivelurilor de competitivitate;- delimitarea principalelor tipuri de sectoare de activitate și identificarea strategiilor concurențiale specifice fiecăruia;- cunoașterea evoluțiilor recente înregistrate la nivel național, european și global în principalele sectoare de activitate;- - interpretarea dinamicii sectoarelor de activitate din perspectiva impactului asupra strategiilor concurențiale..
Competențe dezvoltate în cadrul unității de curs: <p><i>Competențe profesionale:</i></p> <p>CP1. Operarea cu concepte și metode științifice din domeniul administrării afacerilor, teoriilor decizionale moderne și utilizarea lor în comunicarea profesională.</p> <p>CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor moderne de administrare în activitățile specific domeniului afacerilor.</p> <p>CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specifice procesului de administrare a afacerilor.</p> <p><i>Competențe transversale:</i></p> <p>CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate în echipă;</p> <p>CT3. Autoevaluarea obiectivă a nevoii de formare profesională continuă în vederea adaptării competențelor profesionale și manageriale la dinamica domeniului și la exigențele pieței muncii.</p>
Finalități de studii realizate la finele unității de curs: <p>La finalizarea studierii unității de curs masterandul va fi capabil:</p> <ul style="list-style-type: none">- să explice strategiile concurențiale adoptate de companii din perspectiva tipului de sector de activitate;- să interpreteze informațiile din rapoartele autorităților publice și ale firmelor;- să analizeze concurența cu ajutorul modelului lui Porter;- să analizeze avantajele și dezavantajele clusterelor, parcurilor industriale și a incubatoarelor de afaceri.



Unități de învățare:

Elemente introductive privind concurența. Analiza concurenței din punctul de vedere al agentului economic. Practicile anticoncurențiale. Tipurile de cartel și mijloacele de descoperire a lor. Abuzul de poziție dominantă. Detectarea practicilor anticoncurențiale. Competitivitatea și avantajul competitiv. Competitivitatea și cooperarea. Cluster: definiții, principii de activitate. Susținerea și finanțarea activității clusteriale. Parcurile industriale. Incubatoarele de afaceri.

Studiu individual:

1. Referat, la una din temele propuse de cadrul didactic;
2. Proiect de cercetare, la una din temele propuse de cadrul didactic.
3. Analiza studiilor de caz.

Strategii de predare – învățare: 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); utilizarea platformei didactice on-line Moodle.

Strategii de evaluare: teste de evaluare curentă și finală, prezentarea referatelor, proiectelor de cercetare, portofoliu.

Aprecierea studiilor individuale se efectuează prin verificarea sintezelor materialului studiat individual, inițierea discuțiilor de grup cu masteranzii pe tematica studiului individual, interogarea masteranzilor, simularea unor situații practice, verificarea studiilor de caz individuale ale studenților etc. Notele obținute pentru proba de evaluare curentă și pentru studii individuale au statut de note ordinare. Nota reușitei curente va reprezenta media aritmetică a notelor acumulate la unitatea de curs respectivă.

Evaluarea finală se realizează sub formă de examen. Nota finală se calculează conform formulei:

$$N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5,$$

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

Bibliografie

Obligatorie:

1. BÂLDAN, C., *Prețuri și concurență*. Fundamente teoretice, teste grilă, aplicații. Manual pentru ÎFR, Editura Universității din Pitești, 2014.
2. DUMITRAȘCU, V. *Prețuri și concurență : Elemente teoretico-metodologice și aplicative moderne / Vadim Dumitrașcu ; [redactor: Gheorghe Iovan]. - București : Editura universitară, 2018, 248 p.*
3. DUMITRESCU, M., DUMITRESCU, P. *Strategii și management: dimensiuni socio-umane contemporane*, Editura Economică, București, 2014.
4. ESCHENBACH, R., SILLER, H. *Controlling profesional. Concepte și instrumente*, Editura Economică, București, 2014 .
5. GALLO, C. *Experiența APPLE - Secretele construirii unei relații pe termen lung cu clienții*, Editura Amaltea, București, 2015.
6. GARBUZ, V., BERCU, A.-M., *The labour and economic competitiveness of Republic of Moldova in the European context*. In: CES Working papers (Centre for European Studies Working Papers Series), vol. VII (2A), Iasi: 2015, p. 464-471, (0,39 c.a.), ISSN 2067-7693.
7. GUTIU, T. *Abordarea conceptuală a competitivității și a interdependenței dintre concurență și competitivitate // Economica*. - 2017. - Nr. 3(101). - P. 59-70.

Suplimentară:

1. *Clusters, Networks and Innovation / ed. by Stefano Breschi, Franco Malerba. - New York : Oxford Univ. Press, 2007. - 499 p.: fig.. - Bibliogr. p. 463-469; Index p. 471-499.*
2. GARBUZ, V., PETELCA, O. *Modelarea proceselor de business – provocări și performanțe actuale*. In: „The use of modern educational and informational technologies for the training of professional competences of the students in higher education institutions”. The scientific-practical conference with International participation, December 6-7, 2019, Bălți: Tipografia din Balti, 2019, p. 241-247 (0,5 c.a.), ISBN 978-9975-3369-3-2
3. MAUBORGNE, R., *Strategia oceanului albastru. Cum să crezi un spațiu de piață necontestat și să faci concurența irelevantă*, Editura Economică, București, 2015



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



4. MIHAI D., DRĂGHICI, C. *Curs de analiză strategică a mediului concurențial* – manual universitar destinat pregătirii studenților I.F.R., Editura Universității din Pitești, Pitești, 2010.
5. NONI, L. *Clusterul - model inovator de dezvoltare a turismului* // Conferința științifico-practică "Inovația: factor al dezvoltării social-economice", 3 martie 2016. - Comrat, 2016. - P. 26-30. - Secția 1 : Științe economice ; Secția 2 : Științe exacte și ingineresti.
6. ȚĂBULEAC, A. *Abordări teoretice cu referire la efectele abuzurilor de poziție dominantă asupra concurenței, entităților și consumatorilor* // Сборник международной конференции "Торговля, товароведение и сервис: состояние, проблемы и развития в условиях глобализации экономики", 7 апреля 2017. - Chișinău, 2017. - P. 126-130. - Bibliogr.: p. 130
7. VAGU, P., STEGĂROIU, I., CROITORU, G., DUICĂ, A. etc. *Strategii Manageriale*. București: Pro Universitaria, 2014, 847 p. SAVU, L. *Probleme actuale ale evaluării întreprinderii*. București: Ed. Universității, 2008, 193 p.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS MANAGEMENT STRATEGIC

Codul unității de curs în programul de studii: S.02. A. 112
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea / catedra responsabilă de curs: Facultatea Științe Reale, Economice și ale Mediului, Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă cursul: Ciclul II, Anul I, semestrul 2
Titular de curs: dr., conf. univ. Maria OLEINIUC
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Schimbările extrem de rapide a mediului extern autohton, care au o legătură indispensabilă cu concurența, tehnologiile informaționale, globalizarea mediului de afaceri și mulți alți factori, determină creșterea importanței managementului strategic. Disciplina „Management strategic” reprezintă o abordare sintetic integratoare a tuturor domeniilor managementului. Ca disciplină științifică, managementul strategic progresaază permanent, până în prezent nu există idei identice la multe componente specifice.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: <i>Competențe profesionale:</i> CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor moderne de administrare în activitățile specifice domeniului afacerilor. CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specifice procesului de administrare a afacerilor. CP5. Conceperea, proiectarea și realizarea activităților administrative în afaceri. CP6. Realizarea la nivel instituțional a unei cercetări de eficiență a modelului de organizare a procesului administrativ. <i>Competențe transversale:</i> CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate în echipă.
Finalități de studii realizate la finele cursului: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să proiecteze unele variante de strategii de firmă ce vizează domeniile sale majore, cu punctarea de elemente specifice pentru condițiile Republicii Moldova în perioada actuală; - să elaboreze modelul lui M.Porter pentru întreprinderile autohtone din diferite ramuri ale economiei naționale - să identifice factorii de influență directă și indirectă asupra activității întreprinderii; - să aplice metodele și tehnicile de management strategic.
Pre-rechizite: - cunoașterea conceptelor cheie și a teoriilor din domeniul economiei și managementului; - efectuarea analizei segmentării strategice a pieței; - cunoașterea principalelor componente ale mediului intern și extern; - cunoașterea structurilor organizatorice clasice.
Teme de bază: Managementul strategic: conceptul și rolul strategiei în asigurarea supraviețuirii și perenității întreprinderii. Modelarea strategică. Diagnosticarea strategică – etapă preliminară a managementului strategic. Analiza mediului extern. Analiza mediului intern. Strategii de performanță. Strategii de competiție. Strategii de business. Elaborarea și implementarea strategiei. Controlling-ul strategic.
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, analiza studiilor de caz.



Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală. Studiu de caz: „Elaborarea lanțului valoric pentru un produs”. Elaborarea proiectului „Diagnosticarea strategică a competitivității întreprinderilor din Republica Moldova”.

Nota reușitei curente va reprezenta media aritmetică a notelor acumulate la disciplina respectivă.

Evaluarea finală se realizează sub formă de examen scris. Nota finală se calculează conform formulei:

$$N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5,$$

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

Bibliografia obligatorie

1. BORZA, A. *Management strategic: concepte și studii de caz*. Cluj-Napoca: Risoprint, 2008. 262p.
2. CIOCÎRLAN, D. *Management strategic*. Iași: Editura Universitară, 2010. 179p.
3. DALOTA, M.D. *Managementul strategic al firmei*. București: Editura Pro Universitaria, 2015. 360p.
4. HAHN, R.F. *Management strategic organizațional. Teorie și studii de caz*. București: Oeconomica, 2013. 254p.
5. NEGRĂU, G; PUIU, A. *Perfecționarea managementului strategic în afacerile economice internaționale*. București: ASE, 2007. 226p.
6. OLEINIUC M. *Strategic controlling implementation in moldovan bakery industry*. În: Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu, Economy Series, 2012, Issue 1., p. 117-120., 0,32 c.a ISSN 2344-3685, ISSN-L 1844-7007
7. OLEINIUC M. *Actual tasks in the strategic management system of agricultural enterprises from the milk industry of the agroalimentary complex*. În: The Journal Contemporary Economy of Pitești, Volume 3, Issue 1/2018, pp.43-47, 0,5 c.a. ISSN 2537 – 4222
8. PERCIUN, R. OLEINIUC, M. *Visions regarding the strategy of ensuring food security in the Republic of Moldova*. În: Journal of Research on Trade, Management and Economic Development. Chișinău, 2019, pp. 7-21, 1,07 c.a. ISSN 2345-1424 /ISSNe 2345-1483
9. PARMACLI, D; TCACI, C; OLEINIUC, M. *Economia întreprinderii*. Curs universitar. Iași: Editura Prim, 2015, 201p.
10. STRATAN, A; PERCIUN, R, OLEINIUC, M. *Management strategic (în baza întreprinderilor de panificație)*. Chișinău: Institutul de Economie, Finanțe și Statistică, 2012. 310p

Bibliografia suplimentară

1. BĂCANU, B. *Tehnici de analiză în managementul strategic*. Iași: Polirom, 2007. 315p.
2. BĂRBULESCU, C. *Diagnosticarea întreprinderilor în dificultate economică: strategii și politici de redresare și dinamizare a activității*. București: Tribuna Economică, 2002. 319p.
3. OLEINIUC M. *Strategii inovatoare de dezvoltare a întreprinderilor din Republica Moldova*. Ediția IX a Conferinței Științifice Internaționale Politici și mecanisme de inovare și dezvoltare a proceselor economico-financiare și sociale în plan național și internațional din 31 octombrie – 01 noiembrie, 2014. Chișinău, 2014, CEP USM, p.502-504.,0,2 c.a. ISBN 978-9975-71-574-4
4. OLEINIUC M. *Strategii de dezvoltare a complexului agroalimentar în scopul asigurării securității economice a Republicii Moldova*. În: Inovația: factor al dezvoltării social-economice. Conferința științifico-practică din 03 martie, 2016. Cahul: Universitatea de Stat „B. P. Hașdeu”, 2016, p.125-127., 0,27 c.a. ISBN 978-9975-88-013-8
5. ААКЕР, Д. *Стратегическое рыночное управление*. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 496с
6. АНАЛОУИ Ф., КАРАМИ А. *Стратегический менеджмент малых и средних предприятий*. Москва: Юнити, 2005. 397с.
7. РОМАНОВ, А.П., ЖАРИКОВ, И.А. *Стратегический менеджмент*. Тамбов: ТГТУ, 2006. 80с



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS MANAGEMENT INVESTIȚIONAL

Codul unității de curs/ modulului în programul de studii: S.02.A.113
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul I, semestrul 2
Titularul: dr., lect. univ. Veronica GARBUZ
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Cursul „Managementul investițional” are drept scop formarea specialistului capabil să abordeze tehnicile și instrumentele referitoare la gestiunea activității investiționale. Un manager competitiv trebuie să cunoască esența, principiile, metodele managementului investițional. El trebuie să fie capabil să selecteze proiecte optime de investiții, să găsească surse necesare pentru finanțarea acestor proiecte. Pentru însușirea obiectului dat, drept bază le servesc cunoștințele formate și dezvoltate la așa discipline cum sunt: „Teoria economică”, „Finanțele întreprinderii”, „Managementul financiar”. Cursul este conceput în așa mod încât masteranzii să însușească principalele concepte specifice domeniului investițiilor, să aprofundeze principalele tipuri de investiții, să formeze abilități de utilizare a diferiților indicatori de evaluare a eficienței investițiilor.
Competențe prealabile: <ul style="list-style-type: none">- cunoașterea conceptelor-cheie și a teoriilor din domeniul finanțelor și managementului;- cunoașterea elementelor de bază ale teoriei și practicii investiționale;- criteriile de selectare a proiectelor investiționale;- metodele de analiză a investițiilor;- determinarea rolului și importanței aspectelor legate de activitatea investițională;- selectarea surselor de finanțare a investițiilor.
Competențe dezvoltate în cadrul unității de curs: <p><i>Competențe profesionale:</i></p> CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor moderne de management financiar în activitățile specifice domeniului. CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specifice procesului de administrare a afacerilor. CP5. Conceperea, proiectarea și realizarea activităților administrative în afaceri. CP6. Realizarea la nivel instituțional a unei cercetări de eficiență a modelului de organizare a procesului administrativ. <p><i>Competențe transversale:</i></p> CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate în echipă.
Finalități de studii realizate la finele unității de curs: <p>La finalizarea studierii unității de curs masterandul va fi capabil:</p> <ul style="list-style-type: none">- să examineze eficiența investițiilor prin metoda directă și indirectă;- să analizeze metodic problemele întâlnite în domeniul investițiilor, identificând elementele pentru care există soluții consacrate, asigurând astfel îndeplinirea sarcinilor profesionale;- să identifice și să valorifice oportunitățile de formare în domeniul investițiilor prin dezvoltarea capacității de analiză a unui proiect de investiții, respectiv prin utilizarea eficientă a aptitudinilor de a elabora strategii investiționale adecvate specificului și contextului economico – financiar al unei întreprinderi;- să elaboreze decizii cu privire la realizarea proiectelor investiționale;- să identifice și să gestioneze riscurile, legate de realizarea investițiilor;- să estimeze perioada de recuperare a investiției.
Unități de învățare:



Esența și rolul managementului investițional. Aplicarea matematicii financiare în fundamentarea deciziilor de investire. Activitatea investițională la nivel de întreprindere. Riscul în activitatea investițională. Eficiența economică—element esențial al deciziei de investiții. Amplasarea obiectivelor investiționale. Aspectul metodologic de evaluare și analiză a proiectelor de investiții. Conducerea operativă cu portofoliul investițional.

Studiu individual:

4. Referat, la una din temele propuse de cadrul didactic;
5. Proiect de cercetare, la una din temele propuse de cadrul didactic.
6. Rezolvarea problemelor.

Strategii de predare – învățare: 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); utilizarea platformei didactice on-line Moodle.

Strategii de evaluare: teste de evaluare curentă și finală, prezentarea referatelor, proiectelor de cercetare, portofoliu.

Aprecierea studiilor individuale se efectuează prin verificarea sintezelor materialului studiat individual, inițierea discuțiilor de grup cu masteranzii pe tematica studiului individual, interogarea masteranzilor, simularea unor situații practice, verificarea studiilor de caz individuale ale studenților etc. Notele obținute pentru proba de evaluare curentă și pentru studii individuale au statut de note ordinare. Nota reușitei curente va reprezenta media aritmetică a notelor acumulate la unitatea de curs respectivă.

Evaluarea finală se realizează sub formă de examen. Nota finală se calculează conform formulei:
$$N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5,$$
unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie

Obligatorie:

1. LEGE Nr. 81 din 18.03.2004 cu privire la investițiile în activitatea de întreprinzător. Publicat : 23.04.2004 în Monitorul Oficial Nr. 64-66.
2. ALBU S., ALBU I., USTUROI L. *Management investițional (în construcții): Manual.* – Chișinău: Tehnica-UTM, 2016 – 316 p.
3. ALBU S., CAPSÎZU V., ALBU I. *Eficiența investiției: curs universitar.* – Ch.: CEP USM, 2005- 138p.
4. COJOCARU, M., ȘESTACOVSCAIA A., MIHALACHI R. *Bazele managementului financiar: note de curs.* CEP USM, Chișinău: 2018, 195 p.
5. DOVAL, E. *Managementul investițiilor.* Editura Fundației România de Mâine, București: 2006.
6. DUMITRAȘCU, V. *Managementul investițiilor,* Editura Universitară, București: 2014.
7. БЛАНК, И.А. *Инвестиционный менеджмент.* Издательство LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014.
8. КОВАЛЕВ, В.В. *Финансовый менеджмент: теория и практика.* Издательство Проспект, Москва: 2007, 1024 с.

Suplimentară:

1. CARAGANCIU, O., DOMENTI, I., LUCHIAN, I. *Managementul portofoliului de investiții,* USM, Chișinău: 2005.
2. GARBUZ, V., *Comportamentul investițional al individului,* În: „Politici economice și financiare pentru o dezvoltare competitivă”. Conferința științifico-practică internațională din 12 aprilie 2013, Chișinău: ULIM, 2013, p. 223 – 226, (0,25 c.a.), ISBN 978-9975-124-30-0.
3. GARBUZ, V., PETELCA, O. *Modelarea proceselor de business – provocări și performanțe actuale.* In: „The use of modern educational and informational technologies for the training of professional competences of the students in higher education institutions”. The scientific-practical conference with International participation, December 6-7, 2019, Bălți: Tipografia din Balti, 2019, p. 241-247 (0,5 c.a.), ISBN 978-9975-3369-3-2.
4. ZAMBIȚCHI, D. *Matematici financiare și actuariale.* Chișinău: Dep. Ed.-poligr. Al ASEM, 2005.
5. ЛИФЕРЕНКО, Г.М. *Финансовый анализ предприятия.* Учебное пособие. Москва: Экзамен, 2005.
6. ЛОРЕНС ДЖ. ГИТМАН, МАЙКЛ Д. ДЖОНС. *Основы инвестирования,* Издательство «Дело», Москва: 1997.
7. УИЛЬЯМ Ф., ШАРП, Г., ДЖЕФФРИ В. БЭЙЛИ. *Инвестиции,* Инфра-М, Москва: 1999, 1027 с.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS METODE AVANSATE DE CERCETĂRI DE MARKETING

Codul unității de curs/ modulului în programul de studii: S.02.A.114
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul I, semestrul 2
Titularul: dr., lect. univ. Alina SUSLENCO
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: <p>Cursul „Metode avansate de cercetări de marketing” se integrează armonios în ansamblul științelor studiate de către economiști, specialiștii din domeniul administrării afacerilor, formându-le competențele necesare, dezvoltându-le o gândire logică, rațională în vederea cercetării pieței, comportamentului consumatorilor.</p> <p>Cursul ajută economiștii să conceptualizeze necesitatea de a cerceta piața, de a aplica metodele necesare în vederea sporii eficienței și eficacității afacerii. În condițiile unei economii emergente, necesitatea realizării de cercetări de marketing este o necesitate vitală pentru acele întreprinderi care pretind a fi competitive și doresc să-și păstreze și consolideze poziția pe piață.</p> <p>Programul unității de curs include studierea aspectelor conceptuale, legităților logice de utilizare a metodelor de cercetări de marketing în diferite contexte. Este dezvoltat conceptul de cercetări de marketing, metode de cercetări de marketing, organizarea cercetărilor de marketing, culegerea informațiilor în cercetările de marketing. Este analizat procesul de selectare a metodelor de cercetări de marketing oportune în diferite contexte în cadrul întreprinderilor comerciale. De asemenea, sunt analizate modalitățile de interpretare a informațiilor culese, de elaborare a raportului de cercetare.</p> <p>Obiectivul general al cursului „Metode avansate de cercetări de marketing” este dezvoltarea capacităților și abilităților cursanților în studierea și aplicarea metodelor optime de realizare a cercetărilor de marketing în diferite contexte.</p>
Competențe prealabile: <p>1) <i>Competențe cognitive</i></p> <ul style="list-style-type: none">– de cunoaștere a conceptelor de bază teoretice și aplicative ale marketingului;– de cunoaștere a metodelor utilizate în studierea marketingului;– de identificare a metodelor de organizare a cercetărilor de piață și a comportamentului consumatorului;– de comparare a efectelor implementării diferitelor strategii de marketing. <p>2) <i>Competențe de aplicare</i></p> <ul style="list-style-type: none">– de utilizare a tehnicilor de marketing în cadrul unei întreprinderi comerciale;– de conștientizare a metodelor de studiu a comportamentului consumatorului și a cercetărilor de piață;– de analiză a sistemului de marketing aplicat în cadrul unei întreprinderi.
Competențe dezvoltate în cadrul unității de curs: <p><i>Competențe profesionale:</i></p> <p>CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor moderne de administrare a în activitățile specifice domeniului afacerilor.</p> <p>CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice domeniilor afacerilor.</p> <p>CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specifice procesului de administrare a afacerilor.</p> <p>CP6 Realizarea la nivel instituțional a unei cercetări de eficiență a modelului de organizare a procesului administrativ.</p> <p><i>transversale:</i></p> <p>CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate în echipă.</p> <p>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.</p>
Finalități de studii realizate la finele unității de curs: <ul style="list-style-type: none">– să identifice conceptele de cercetări de marketing, comportamentul consumatorului, metode de cercetare, cercetări exploratorii, cercetări cauzale, cercetări descriptive;



- să structureze cunoștințele despre implicațiile cercetărilor de marketing asupra atingerii eficienței și eficacității organizaționale;
- să utilizeze metodologia și metodele de marketing în funcție de necesitate, context și mărimea întreprinderii prin utilizarea tehnologiilor informaționale;
- să compare utilizarea și necesitatea aplicării diferitor metode de cercetări de marketing utilizând tehnologii moderne;
- să analizeze interconexiunea dintre metodele cercetărilor de marketing și oportunitatea aplicării lor utilizând tehnologiile informaționale moderne.
- să aplice metodele cercetărilor de marketing în cadrul întreprinderilor comerciale prin prisma utilizării tehnologiilor informaționale moderne.

Unități de învățare: delimitări introductive privind cercetarea de marketing, elaborarea programului cercetării de marketing, obținerea, măsurarea și scalarea informației în cercetările de marketing, principalele metode de obținere a informațiilor în cercetările de marketing, interpretarea informațiilor în cercetările de marketing, previziunile în cercetările de marketing, cercetarea pieței – conținut și importanță, cercetarea comportamentului consumatorului.

Studiu individual:

- studierea literaturii suplimentare;
- elaborarea unui proiect la unitatea de curs;
- rezolvarea studiilor de caz plasate pe platforma moodle.

Strategii de predare – învățare: 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 de evaluare curentă și finală, prezentarea aplicațiilor, proiectului, studiilor de caz.

Nota de evaluare a lucrului individual (N_{li}) se va calcula conform formulei:

$$N_{li} = N_{sc} * 0,5 + N_{pr} * 0,5,$$

unde N_{sc} – nota studii de caz, N_{pr} – nota proiect.

Nota semestrială (N_s) se calculează ca medie aritmetică dintre:

- a) media notelor obținute la evaluările curente (E_c);
- b) nota/media pentru lucrul individual (L_i).

$$N_s = \frac{E_c + N_{L_i}}{2}$$

Evaluarea finală se realizează sub formă de examen scris. Nota finală se calculează conform formulei:

$$N_f = N_s \times 0,5 + N_e \times 0,5,$$

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

Bibliografie

Obligatorie:

1. Boier, R.; Țimiraș, C. L. *Cercetarea de marketing*. Iași: Peformantica, 2006.
2. Cătoiu I. (coord.) *Cercetări de marketing*. București : Ed. Uranus, 2009.
3. Demetrescu, M. C. *Metode de analiză în marketing*. București: Teora, 2000.
4. Florescu, C. *Marketing*. București: Editura Didactică și Pedagogică, 1996.
5. Gherasim, T. *Marketingul mixt*. Iași: Editura Sedcom Libris, 1996.
6. Gherasim, T.; Pop, M. *Marketing*. Cluj-Napoca: Editura Babes-Bolyai, 1996.
7. Kotler, Ph.; Keller, K. L. *Management Marketing*, Pearsons Education Inc.: New Jersey, 2006.
8. Timiraș, C.L. *Cercetări de marketing*. Curs Universitar. Bacău: Alma Mater, 2012.

Suplimentară:

9. Lancaster, G.; Massingham, L. *Essentials of Marketing Management*, Routledge: New York, 2011.
10. Lehmann, D. R.; Russell S. W. *Analysis for Marketing Planning*, 6 th Edition, Irwin, Burr Ridge, IL, 2005.
11. Niță, V.; Corodeanu-Agheorghiesei, D. T. *Merchandising*. Iași: Tehnopress, 2008.
12. Pop, M. D. *Cercetări de marketing*. Cluj-Napoca: Editura Alma Mater, 2004.
13. Prutianu, Ș.; Anastasiei, B.; Jijie, T. *Cercetarea de marketing. Studiul pieței pur și simplu, Ediția a II – a*. Iași: Polirom, 2005.
14. Purcărea, Th.; Rațiu, M. *Comportamentul consumatorului, o abordare de marketing*. București: Carol Davilla, 2007.
15. Suslenco, A. *Strategii în domeniul calității- vectori ai dezvoltării țării*. In: Dezvoltarea economico-socială durabilă a euroregiunilor și a zonelor transfrontaliere, vol. XXVIII, Iași, Tehnopress, 2016, p.126-131. ISBN 978-606-685-474-0
16. Suslenco, A.; Movilă, I. *Marketing activity as a source of competitive advantage for enterprises in the Republic of Moldova*. In: Dezvoltarea economico-socială durabilă a euroregiunilor și a zonelor



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



- transfrontaliere, vol. XXXV, Iași, Performantica, 2019, p. 309-314. ISBN 978-606-685-687-4
17. Suslenco, A. *Strategii pentru asigurarea sustenabilității în contextul schimbărilor inovaționale*. In: Dezvoltarea economico-socială durabilă a euroregiunilor și a zonelor transfrontaliere, vol. XXXVII, Iași, Performantica, 2020, p.499-506, ISBN 978-606-685-742-0
 18. Suslenco, A.; Movilă, I. *Rolul strategiilor promoționale în amplificarea comportamentului consumatorului la punctul de vânzare*. In: Managementul educațional: realizări și perspective de dezvoltare, Bălți, Tipografia din Bălți, 2018, p.129-135. ISBN 978-9975-3260-0-1
 19. Suslenco, A. *Oportunități de aplicare a strategiilor de marketing în cadrul întreprinderilor în contextul creșterii presiunii concurențiale*. In: Tradiție și inovare în cercetarea științifică, Ediția a 9-a: Materialele Colloquia Professorum, Bălți, USARB, 2020, p. 96-99. ISBN 978-9975-50-243-6.
 20. Ștefan, P. *Bazele marketingului*. București: Editura Tipolex SA, 1994.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS STRATEGII DE MARKETING

Codul unității de curs/ modulului în programul de studii: S.02.A.115
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea Afacerilor Comerciale
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul I, semestrul 2
Titularul: dr., lector. univ. Rodica SLUTU
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Prezentul curriculum este întocmit în conformitate cu planul de studii pentru ciclul II – studii de master, care prevede studierea unității de curs „Strategii de marketing” în anul I, semestrul 2. Unitatea de curs „Strategii de marketing” este unul din principalii piloni ai formării specialiștilor în domeniul economiei, managementului. Studiarea unității de curs „Strategii de marketing” în anul I, constituie o bază teoretico-practică pentru activitățile studenților pe parcursul instruirii lor la ciclul II, și consolidează cunoștințele studenților în domeniul economiei și managementului. Studenții, studiind acest curs, au posibilitatea de a înțelege interconexiunea dintre dezvoltarea managementului din cadrul unei organizații și merchandisingul produselor într-o unitate comercială.
Competențe prealabile: <ul style="list-style-type: none">- de cunoaștere a conceptelor de bază teoretice și aplicative ale marketingului;- de cunoaștere a metodelor de marketing a unei întreprinderi;- de utilizare a metodelor de planificare strategică a marketingului unei întreprinderi;- de identificare a celor „4 P” ai mixului de marketing și de utilizare a strategiilor aferente;- de analiză a necesității sistemului de marketing din cadrul unei organizații.
Competențe dezvoltate în cadrul unității de curs: <p><i>Competențe profesionale:</i></p> <p>CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor modern de administrare în activitățile specifice din domeniul afacerilor;</p> <p>CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice domeniilor afacerilor.</p> <p>CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specifice procesului de administrare a afacerilor.</p> <p>CP6. Realizarea la nivel instituțional a unei cercetări de eficiență a modelului de organizare a procesului administrativ.</p> <p><i>Competențe transversale:</i></p> <p>CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate în echipă;</p> <p>CT3. Autoevaluarea obiectivă a nevoii de autodezvoltare profesională continuă în vederea adaptării competențelor profesionale și manageriale la dinamica domeniului și la exigențele pieței de muncă.</p>
Finalități de studii realizate la finele unității de curs: <p>La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil:</p> <ul style="list-style-type: none">- să structureze cunoștințele despre implicațiile sistemului de marketing în gestiunea fenomenelor social-economice;- să structureze o abordare organică a sistemului de marketing în ansamblul întreprinderii;- să integreze relațiile funcționale dintre regulile generale ale activității de marketing și formele practice de desfășurare a afacerilor economice;- să planifice strategiile și modelele de marketing eficiente în ramuri și domenii de activitate economică;- să posede capacitatea de selectare a priorităților de politică economică promovată în cadrul unui sistem economic și de păstrare utilă a funcției de marketing.
Unități de învățare: Abordări conceptuale ale marketingului în comerț și servicii. Planificarea strategică în marketing. Piața firmei. Produsul ca componentă a mixului de marketing. Politica de preț – ca componentă a mixului de marketing. Politica de plasament – ca componentă a mixului de marketing. Promovarea – ca componentă a mixului de marketing. Elaborarea strategiilor de marketing.
Studiu individual:



- studierea surselor bibliografice obligatorii și conspectelor temelor unității de curs, elaborate de cadrul didactic;
- realizarea sarcinilor individuale;
- elaborarea unui referat pe o temă selectată din lista de subiecte ale referatelor;
- rezolvarea testelor de autoevaluare

Strategii de predare – învățare: 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 de evaluare periodică, curentă și finală, prezentarea referatelor, lucrări de control, portofoliu.

Nota semestrială (N_s) se calculează ca medie aritmetică dintre:

- d) media notelor obținute la evaluările curente (E_c);
- e) media notelor obținute în cadrul evaluărilor periodice (E_p);
- f) nota/media pentru lucrul individual (L_i).

$$N_s = \frac{E_c + E_p + L_i}{3}$$

Evaluarea finală se realizează sub formă de examen scris. Nota finală se calculează conform formulei:

$$N_f = N_s \times 0,5 + N_e \times 0,5,$$

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

Bibliografie

Obligatorie:

1. Legea Republicii Moldova cu privire la întreprinderi și antreprenoriat, Nr. 845-XII din 03.01.1992, publicat : 28.02.1994 în Monitorul Parlamentului Nr. 2 art. Nr: 33.
2. Legea Republicii Moldova cu privire la comerțul interior, Nr. 231 din 23.09.2010, publicat : 22.10.2010 în Monitorul Oficial Nr. 206-209 art. Nr : 681
3. Legea Republicii Moldova cu privire la publicitate, Nr.1227-XIII din 27.06.97, publicat în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.67-68 din 16.10.1997.
4. Legea Republicii Moldova cu privire la privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, 185/2015, publicat în Monitorul Oficial, partea I nr. 405 din 5 iulie 2013.
5. COSMA, S. *Cercetări de marketing. Aplicații*. Cluj-Napoca: Presa Universitară
6. Economică, 2003.
7. FLORESCU, C.; MĂLCOMETE, P.; Pop, N. *Marketing. Dicționar explicativ*. București: Clujeană, 1997.
8. KOTLER, Ph. *Managementul marketingului. Ediția 12-a*. București: Teora, 2006.
9. NEAMȚU, A. *Marketing*. București: Economică, 2004.
10. NEDELEA, A. *Politici de marketing*. București: Didactică și Pedagogică, 2008.
11. PAINA, N.; POP, M. *Cercetări de marketing*. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, 1997.
12. PETROVICI, S.; BELOSTECINIC, Gr. *Marketing*. Chișinău: CEP USM, 2003.
13. SAGAIAC, M., UNGUREANU, V. *Cercetări operaționale. Gestiunea stocurilor*. Chișinău: CEP USM. 2004.

Surse suplimentare

1. ANGHEL, L. *Marketing-probleme, cazuri, teste*. București: Expert, 1994.
2. ANSOFF, H. I. *Corporate strategy*. New York: McGraw Hill Book Co., 1965.
3. ASSAEL, H. *Marketing. Principles & Strategy*. Chicago: The Dryden Press, 1990.
4. BALAURE, V. *Marketing*. București: Uranus, ed. a II-a, 2002.
5. BALÂNSCHI, A.V. *Рекламный менеджмент*. Chișinău: Evrica, 2001.
6. DUMITRU, I. *Marketing strategic, o abordare în perspectiva globalizării*. București: Uranus, 2004.
7. HART, N. *Marketing industrial*. București: Editura Codesc, 1997.
8. LEVISON, J. *Guerilla Marketing Sheing*. București: Bussines Teck International Press S.R.L., 1995.
9. KOTLER, Ph.; Armshong, G. *Principiile marketingului*, București: Teora, 2004.
10. PATRICHE, D. *Marketing Industrial*. București: Expert, 1994.
11. SASU, C. *Marketing*. Iași: Editura Universității „Al. I. Cuza”, 1995
12. SLUTU Rodica, *Approach of the labour market from the human resources marketing perspective*. Social Economic Debates. Volume 7, Issue 1, 2018, pp 64-73 c.a. 0,2. ISSN: 2360 - 1973, ISSN-L: 2248 - 3837
13. SLUTU Rodica, *The role and tasks of HR-Marketing on the labor market*. Intellectus 1/2018, pp.62-69, c.a. 0,3. ISSN 1857-0496



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS METODE ȘI MODELE DE ANALIZA A RISCULUI ÎN AFACERI

Codul unității de curs în programul de studii: S.03.O.116
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul II, semestrul 3
Titularul: dr. hab., conf. univ. Irina MOVILĂ
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Unitatea de curs <i>Metode și modele de analiza a riscurilor în afaceri</i> are drept scop formarea specialistului capabil să cunoască procesele de prelucrare a informației din domeniul analizei și gestiunii riscurilor în afaceri, prin identificarea și analiza riscurilor economico-financiare, riscului de faliment, riscurilor investiționale și elaborarea metodelor de eliminare. Masteranzii trebuie să dețină competențe generale, vizate de cursuri: „Analiza economico-financiară”, „Teorii economice contemporane”, „Metode contemporane de analiza”.
Competențe prealabile <i>Competențe cognitive:</i> <ul style="list-style-type: none">- de cunoaștere a conceptelor de bază teoretice și aplicative ale managementului;- de cunoaștere a metodelor utilizate de analiza economică și financiară a unei afaceri;- de identificare a oportunităților de gestiune eficientă a afacerii pe baza metodelor caracteristice;- de comparare a efectelor de implementare a diferitor metode de management. <i>Competențe de aplicare:</i> <ul style="list-style-type: none">- de utilizare a metodelor de gestiune a unei afaceri în cadrul organizației în scopul atingerii performanței economice în situație de incertitudine;- de identificare a tehnicilor de analiză a unei organizații și posibilitățile lor de aplicare.
Competențe dezvoltate <i>Competențe profesionale:</i> <ul style="list-style-type: none">CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice domeniilor afacerilor.CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specifice procesului de administrare a afacerilor.CP5. Conceperea, proiectarea și realizarea activităților administrative în afaceri. <i>Competențe transversale:</i> <ul style="list-style-type: none">CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate 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.
Finalitățile cursului: <ul style="list-style-type: none">- să definească noțiuni de bază ale gestiunii și analizei riscurilor și să utilizeze corect metode de calcul ale analizei riscurilor;- să identifice riscuri posibile al întreprinderii și să analizeze cazuri care provoca situații riscante în afaceri;- să utilizeze cunoștințele în rezolvarea aplicațiilor practice;- să elaboreze proiecte de cercetare și măsuri pentru evitarea riscurilor în baza cunoștințelor acumulate.
Unități de învățare: Natura, conceptul și clasificarea riscurilor în afaceri. Riscurile în afaceri ca obiect al analizei economico-financiare. Analiza riscului economic. Analiza riscului financiar. Analiza riscului de faliment. Analiza riscurilor investiționale. Managementul riscului prin prisma standardelor internaționale ISO 31000.
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, proiect de cercetare, lucrări de control, examen scris.

Evaluarea finală: Masteranzii 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: $N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5$,

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

Bibliografie

Obligatorie:

1. BĂRSAN-PIPU, N. *Managementul riscului. Concepte-Metode-Aplicații*. Ed. Universității ”Transilvania”, Brașov, 2003. 214 p. ISBN 973-635-180-7.
2. CEOCEA, C. *Riscul în activitatea de management*. Ed. Economică, București, 2010. 380 p. ISBN 978-973-709-503-9.
3. MOVILĂ, I. *Metode de analiza a riscului financiar al întreprinderii în condițiile incertitudinii*. În: Tradiție și inovare în cercetarea științifică, ediția a VIII-a, Materialele COLLOQUIA PROFESSORUM din 12 octombrie 2018, Bălți, US „Alecu Russo”, 2019, p. 154-157, ISBN 978-9975-50-235-1.
4. PRUNEA, P. *Riscul în activitatea economică. Ipostaze. Factori. Modalități de reducere.*, Ed. Economică, București, 2003. 240 p. ISBN 973-590-871-9.

Suplimentară:

1. DRUICA, E. *Risc și afaceri*. Ed. C.H.BECK, București, 2006. 146 p. ISBN 973-655-992-0.
2. HOTĂRÎRE Nr. 379 din 25.04.2018 *cu privire la controlul de stat asupra activității de întreprinzător în baza analizei riscurilor*. În: Monitorul Oficial Nr. 133-141 din 27.04.2018.
3. STOINA, C. *Risc și incertitudine în investiții*. Ed. Teora, București, 2008. 243 p. ISBN 978-973-20-1232-1.
4. STIHI, L. *Managementul riscurilor în afaceri: Curs universitar*. Editura ASEM, Chișinău, 2010, 222 p. ISBN 978-9975-75-539-9.
5. SLOBODEANU, N. *Analiza și evaluarea riscurilor economic și financiar ale întreprinderii*. Teza de doctor în economie, Chișinău, ASEM, 2008, 156 p.
6. КУКИН П.П., ШЛЫКОВ В.Н. *Анализ и оценка риска производственной деятельности*. Москва, Изд. Абрис, 2012. 327 с. ISBN 978-5-4372-0048-3.
7. ЛАПЧЕНКО Д.А. *Оценка и управление экономическим риском. Теория и практика*. Москва, Изд. Амалфея, 2007. 148 с. ISBN 978-985-441-566-6.
8. МОБИЛЭ, И. *Анализ инвестиционной деятельности предприятия с использованием веб-программы «Стратег-Инвест»* În: Актуальные научные исследования в современном мире. Сборник научных трудов, Выпуск 6 (50), часть 2, Переяслав-Хмельницкий, The Institute for Social Transformation „ISCIENCE”, 2019, p. 87-93, ISSN 2524-0986.
9. ЧЕРНОВА Г.В., КУДРЯВЦЕВ А.А. *Управление риском*. Москва, Изд. ТК Велби, Проспект, 2007. 160 с. ISBN 978-5-98032-908-2.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS MANAGEMENTUL OPERAȚIUNILOR ÎN COMERȚ

Codul unității de curs/ modulului în programul de studii: S.03.A.117
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul II, semestrul 3
Titularul: dr., conf. univ. Carolina TCACI
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Cursul „Managementul operațiunilor în comerț” are drept scop formarea specialistului capabil să abordeze tehnicile și instrumentele referitoare la operațiunile în comerț, să cunoască tipurile de operațiuni în comerț și să identifice modalitatea derulării operațiunilor în comerț. Un manager competitiv trebuie să fie capabil să modeleze și să gestioneze operațiunile în comerț, să posede tehnicile și instrumentele acestora. Pentru însușirea unității de curs drept bază le servesc abilitățile formate la așa discipline ca Teorii economice contemporane, Managementul proiectelor de cercetare-dezvoltare, Fundamentele managementului organizației.
Competențe prealabile: Se presupune că studenții cunosc deja bazele managementului, managementul general, comparat și alte discipline ce contribuie la formarea stilului de conducere. Dispun de condiții necesare pentru a folosi sursele tehnice și electronice, sânt utilizatori eficienți a tuturor programelor de calculator.
Competențe dezvoltate: <i>Competențe profesionale:</i> CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice domeniului afacerilor; CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specifice administrării afacerilor; CP5. Conceperea, proiectarea și realizarea proceselor administrative în afaceri. <i>Competențe transversale:</i> CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate 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 unității de curs: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să elaboreze un proiect de operațiuni comerciale ale firmei; - să identifice cele mai optimale modalități de derulare a operațiunilor comerciale ale firmei; - să diferențieze specificul operațiunilor comerciale ale firmei; - să motiveze echipa, să stabilească stilul de conducere n procesul derulării operațiunilor comerciale.
Unități de învățare: Introducere în managementul operațiilor în comerț (esența, scopurile, funcțiile managementului operațiilor în comerț, funcțiile și structura mecanismului comercial al firmei), strategiile comerciale ale firmei, managementul proceselor tehnologice și managementului deservirii clienților, managementul vânzărilor, gestiunea cheltuielilor și a profitului, reglementarea legislativ-normativă a operațiilor în comerț, mecanismul de piață și mecanismul intern de reglementare a operațiilor în comerț, determinarea CVF și CVP a firmei, selectarea tipologiei magazinelor firmei, dirijarea proceselor tehnologice în comerț, dirijarea procesului deservirii clienților, procedurile și principiile de formare a sortimentului produselor, publicitatea internă, informarea, elaborarea modelului de afaceri comerciale.
Studiu individual: - studierea literaturii suplimentare la curs; - efectuarea sarcinilor individuale (rezolvarea de exerciții, studii de caz de diferite complexități); - rezolvarea aplicațiilor practice atât în grup cât și individual.
Strategii de predare – învățare: 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, proiect de cercetare, lucrări de control, examen MOODLE. Evaluarea finală: Masteranzii vor fi apreciați, pe parcursul orelor practice, ca urmare a implicării lor în cadrul discuțiilor,



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



dezbatărilor, exercițiilor de reflecție promovate la orele de seminare și de laborator.

Nota finală se calculează conform formulei: $N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie

1. Băcanu, B. *Management strategic*. București, Editura Teora, 1997.
2. Deaconu, A., Podgoreanu, S. *Factorul uman și performanțele organizației*. Editura ASE, București, 2004.
3. Huțu, C. *Cultura, schimbare, competiție: cazul transferului de tehnologie în firme românești*. Editura Economica, București, 2003.
4. Ionescu, Gh. *Dimensiunile culturale ale managementului*. București, Editura Economică, 1996.
5. Ionescu, Gh. *Marketizarea, democratizarea și etica afacerilor*. Editura Economică, București, 2005.
6. Vasiliu, C.; Dobrea, M. *Managementul operațiunilor în comerț*. Editura ASE, București, 2014.
7. Тугускина, Г.Н.; Тимирьянова, В.М. *Торговый менеджмент: учебное пособие*. Изд. Феникс, СПб, 2014.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS MANAGEMENTUL SCHIMBĂRII

Codul unității de curs în programul de studii: S.03.A.118
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul II, semestrul 3
Titularul: dr., conf. univ. Carolina TCACI
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Unitatea de curs <i>Managementul schimbării</i> este destinată studierii metodelor și tehnicilor aplicate în procesul de gestiune a schimbărilor organizaționale. Programul cursului include studierea aspectelor conceptuale, legităților logice, a metodelor și strategiilor de implementare a schimbărilor organizaționale. Obiectivul general de studiu al unității de curs <i>Managementul schimbării</i> este formarea abilităților și competențelor viitorilor specialiști în administrarea afacerilor în gestionarea procesului de implementare a schimbărilor organizaționale în contextul provocărilor multiple, generate de mediul extern schimbător. În condițiile actuale de funcționare a oricărei organizații, managerii eficienți împărtășesc încrederea că „nu e nimic mai veșnic decât schimbarea”. Obiectivele specifice: - formarea la studenți a unei viziuni sistemice asupra schimbărilor organizaționale și a managementului acestora; - dezvoltarea capacităților de identificare, evaluare, îmbunătățire a managementului schimbărilor organizaționale; - formarea studenților a culturii, eticii și valorilor managementului schimbării pentru redirecționarea acestuia și a praxis-ului spre profesionism al schimbării.
Competențe prealabile: <ul style="list-style-type: none">- de cunoaștere a conceptelor de bază teoretice și aplicative ale managementului general și a metodelor utilizate de analiza economică și financiară proceselor organizaționale;- de cunoaștere a legităților de bază a filosofiei, sociologiei, psihologiei;- de comparare a metode de management utilizate și de identificare a urmărilor acestora.- de utilizare a metodelor de analiză managerială, evaluare economică, precum și stabilire a legăturii cauză-efect în procesele de management;- de identificare a factorilor ce determină necesitatea schimbării.
Competențe dezvoltate: <i>Competențe profesionale:</i> CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice domeniului profesional; CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specifice administrării afacerilor; CP5. Conceperea, proiectarea și realizarea proceselor administrative în afaceri. <i>Competențe transversale:</i> CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate 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.
Finalitățile cursului: <ul style="list-style-type: none">- definească conceptele utilizate în managementul schimbării;- stabilească identitatea, etica și cultura schimbărilor, formulând recomandări de îmbunătățire;- identifice strategiile schimbării și să formuleze alternative de implementare a schimbărilor organizaționale;- utilizeze deprinderile / subiectele studiate în rezolvarea aplicațiilor practice;- elaboreze proiect de măsuri pentru atenuarea / eliminarea rezistenței la schimbare.
Unități de învățare: Introducere în managementul schimbării. Strategiile utilizate în schimbării. Rezistența la schimbare. Tipurile de schimbări organizaționale. Dezvoltarea identității organizaționale. Sistemul și cultura (valorile) în managementul schimbării. Etica schimbării. Metode clasice de implementare a schimbărilor organizaționale. Metode creative de implementare a schimbărilor organizaționale. Metode de stimulare a creativității în managementul schimbării.
Strategii didactice: prelegerea, prelegerea-discuție, prelegerea cu caracter problematic, seminar cu folosirea



metodei analizei situațiilor concrete, exerciții de reflecție; descoperirea și problematizarea; instruirea programată; studiul de caz, simularea de situații, metode de lucru în echipă, metode de dezvoltare a gândirii critice / logice; metode intuitive de învățare creativă (brainstorming, discuție Panel, metoda case-study).

Strategii de evaluare: Teste grilă, proiect de cercetare, lucrări de control, examen MOODLE. Evaluarea finală: Masteranzii 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: $N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie

1. Androniceanu, A., Burduș E., Căprărescu G., *Managementul schimbării organizaționale*, Editura Economică, București, 2008
2. Burduș, E., Căprărescu, G. *Managementul schimbării organizaționale*, București, Editura Economică, 2002
3. Clarke, L., *Managementul schimbării*, Editura Economică, București, 2008

Recomandată

4. Albert Humbhery - SWOT analysis Building an Effective Change Management Organisation – John Crawford 2012.
5. Huțu, C., *Cultura, schimbare, competiție: cazul transferului de tehnologie în firme românești*, Editura Economica, București, 2003
6. CBS MoneyWatch – Why do businesses fail?
7. Dave Mader, Steven Kelman, and Jeff Myers, What It Takes to Change Government: Successfully Executing Ambitious Strategies, Booz Allen Hamilton.
8. John P. Kotter and Leonard A. Schlesinger, Choosing Strategies for Change, Harvard Business Review, July 2008
9. Kaplan & Norton – Balanced scorecard



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS MERCHANDISING ȘI SEGMENTAREA PIETEI

Codul unității de curs/ modulului în programul de studii: S.02.A.119
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de specializare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul II, semestrul 3
Titularul: dr., lect. univ. Alina SUSLENCO
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: <p>Cursul „Merchandising și segmentarea pieței” se integrează organic în ansamblul materiilor incluse în pregătirea viitorilor economiști, manageri, utilizând cunoștințele asimilate de studenți la următoarele discipline: teorii economice contemporane, metodologia și etica cercetărilor în economie, sisteme logistice avansate, metode avansate de cercetări de marketing, strategii de marketing, metode contemporane de analiză în economie, oferind cunoștințe, metode și procedee ce vor ajuta cursanții la conceptualizarea aspectelor de creștere a atractivității punctului de vânzare.</p> <p>Programul cursului include studierea aspectelor conceptuale, legităților logice de analiză a interdependenței conceptelor de bază din teoria merchandisingului. Este dezvoltat conceptul merchandising, cu delimitarea și studierea tuturor elementelor componente ale merchandisingului, se supun unei analize interconexe conceptele analizate, metodele de lucru cu metodologia de analiză a merchandisingului unei întreprinderi și a principalelor activități din domeniul gestiunii eficiente a activităților de merchandising.</p> <p>Obiectivul general al acestui curs este dezvoltarea capacității decizionale referitoare la gestiunea componentelor sistemului de merchandising al întreprinderii, în condițiile dezvoltării obiectivelor strategice de marketing ale organizației. De asemenea, acest curs este direcționat spre dobândirea aptitudinilor necesare conducerii și desfășurării eficiente și eficace a activităților de merchandising pentru asigurarea eficienței și competitivității firmelor. În cadrul acestui curs va avea loc familiarizarea studenților cu conceptele de bază specifice merchandisingului precum și aprofundarea cunoștințelor necesare operaționalizării principiilor de merchandising la nivelul punctelor de vânzare.</p>
Competențe prealabile: <p>1) <i>Competențe cognitive</i></p> <ul style="list-style-type: none">– de cunoaștere a conceptelor de bază teoretice și aplicative ale marketingului;– de cunoaștere a metodelor de marketing a unei întreprinderi;– de identificare a necesității de elaborare a unui plan de marketing eficient;– de analiză a comportamentului consumatorului, a componentelor marketingului în cadrul unei organizații. <p>2) <i>Competențe de aplicare</i></p> <ul style="list-style-type: none">– de demonstrare a competențelor de aplicare a cunoștințelor de bază ale economiei, adecvate în diverse situații profesionale și de viață;– de utilizare a legităților economice în cadrul optimizării proceselor economice aflându-se atât în calitate de consumatori cât și de producători;– de utilizare a metodelor de planificare strategică a marketingului unei întreprinderi;– de identificare a celor „4 P” ai mixului de marketing și de utilizare a strategiilor aferente;– de analiză a necesității sistemului de marketing din cadrul unei organizații.
Competențe dezvoltate în cadrul unității de curs:: <p>1) <i>Competențe profesionale</i></p> <p>CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice doemniilor afacerilor;</p> <p>CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specific procesului de administrare a afacerilor;</p> <p>CP5. Conceperea, proiectarea și realizarea activităților administrative în afaceri.</p> <p>2) <i>Competențe transversale</i></p> <p>CT1. Aplicarea regulilor de muncă riguroasă și eficientă, manifestarea unei atitudini serioase față de domeniul științific și didactic, pentru valorificarea optima și creative a propriului potențial în situații specifice cu respectarea principiilor și a normelor de etică profesională;</p> <p>CT2. Desfășurarea eficientă și eficace a activităților organizate în echipă;</p> <p>CT3. Autoevaluarea obiectivă a nevoii de autodezvoltare profesională continuă în vederea adaptării competențelor</p>



profesionale și manageriale la dinamica domeniului și la exigențele pieței de muncă.

Finalități de studii realizate la finele unității de curs:

- să structureze cunoștințele despre implicațiile sistemului de merchandising în gestiunea fenomenelor social-economice la punctul de vânzare;
- să structureze o abordare organică a sistemului de merchandising în ansamblul întreprinderii;
- să integreze corelațiile funcționale dintre regulile, metodele și etapele generale ale activității de merchandising și formele practice de desfășurare a afacerilor economice;
- să planifice strategic activitățile de merchandising eficiente în ramuri și domenii de activitate economică, la fel și în cadrul unităților comerciale;
- să posede capacitatea de selectare a priorităților în implementarea unui merchandising corect și eficient în cadrul unui sistem economic și de păstrare utilă a funcției de marketing la întreprindere;

Unități de învățare: abordări conceptuale ale merchandisingului și influența noilor tehnologii asupra activităților sale, rolul, obiectivele și funcțiile merchandisingului, principalele tipuri și clase de merchandising, zona de atractivitate a punctului de vânzare, organizarea suprafeței de comercializare, fluxul consumatorului la punctul de vânzare, procesul de cumpărare în cadrul magazinului, noțiuni de bază ale asortimentului de produse la punctul de vânzare, tipuri de mobilier, echipamente de expunere a mărfii, linearul și implantarea pe linear, merchandisingul online.

Studiu individual:

- studierea literaturii suplimentare;
- elaborarea unui proiect la unitatea de curs;
- rezolvarea studiilor de caz plasate pe platforma moodle.

Strategii de predare – învățare: 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 de evaluare curentă și finală, prezentarea aplicațiilor, proiectului, studiilor de caz.

Nota semestrială (N_s) se calculează ca medie aritmetică dintre:

a) media notelor obținute la evaluările curente (E_c);

b) nota/media pentru lucrul individual (L_i).

$$N_s = \frac{E_c + NL_i}{2}$$

Evaluarea finală se realizează sub formă de examen scris. Nota finală se calculează conform formulei:

$$N_f = N_s \times 0,5 + N_e \times 0,5,$$

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

Bibliografie

Obligatorie:

1. Agheorghiesei-Corodeanu, D. T. *Elemente de merchandising*. Iași: Tehnopress, 2014.
2. Niță, V.; Agheorghiesei-Corodeanu D.T. *Merchandising. Teorie, metode și instrumente pentru eficientizarea punctului de vânzare*. Iași: Tehnopress, 2008.

Suplimentară:

1. Agheorghiesei, D.- T., Suslenco, A. *Tendințe în comerțul modern. Provocări pentru comercianții care doresc un avantaj competitiv în era internetului*. In: Asigurarea viabilității economico – manageriale pentru dezvoltarea durabilă a economiei regionale în condițiile integrării în UE, Iași, PIM, 2017, p. 36-41. ISBN 978- 606-13-3642-5
2. Blessa, R. *No-Fail retail: Merchandising Techniques for Stores*. Universe, 2015
3. Bort, M.; Angel, M. *Merchandising. Como mejorarla imagen de un esatibilimento comercial*. Madrid: ESIC Editorial, 2014
4. Fransi, E. *The online Store Merchandising: and approach the design and the usability*. Esic market, ianuarie-aprilie, 2006.
5. Hubner, A. *Retail Category Management: Decision Support Systems for Assortment. Shelf Space, Inventory and price Planning*. New-York: Springer Science & Business Media, 2011.
6. Suslenco, A. *Merchandisingul o interfață a întreprinderii competitive*. In: „Статистичні методи та інформаційні технології аналізу соціально-економічного розвитку”, Hmelnițk, 2020, p.79-84, ISBN 978-617-7572-36-6
7. Suslenco, A. *Мерчендаизинг- как инструмент для интерактивности*, vol. 1, Moscova, Арт-Консалт, 2015. p. 141-143. ISBN 978-5-9906705-8-7
8. Swati, B; Anuraag, S. *Visual merchandising*. New Delphi: New York: Tata McGraw-Hill, 2010



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS TEORIA DECIZIILOR

Codul cursului în programul de studii: S.03. A. 120
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041 Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea: Științe Reale, Economice și ale Mediului 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: dr., conf. univ. Maria OLEINIUC
Descriere succintă a corelării / integrării cursului cu / în programul de studii. Managerul în timpul luării deciziilor și planificării rezultatelor posibile se ciocnește cu un sistem complex de componente interdependente (resurse, atingerea obiectivelor, etc) care trebuie analizate în diferite condiții aferente cum ar fi risc, incertitudine și certitudine. Metodele aplicate ar trebui să fie utile pentru modelarea problemelor inclusiv și soluționarea lor. Disciplina „Teoria deciziilor” este o disciplină în urma studiului căreia ar permite abordarea modelelor specifice situației existente de luare a deciziilor.
Competențe dezvoltate în cadrul cursului: CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice domeniilor afacerilor; CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specific procesului de administrare a afacerilor; CP5. Conceperea, proiectarea și realizarea activităților administrative în afaceri. CT1. Aplicarea regulilor de muncă riguroasă și eficientă, manifestarea unei atitudini serioase față de domeniul științific și didactic, pentru valorificarea optima și creative 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. Autoevaluarea obiectivă a nevoii de autodezvoltare 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 construiască un model din variabilele manageriale implicate ce reproduc mecanismul decizional aferent situației manageriale; - să proiecteze, cu ajutorul modelului, pe baza unor informații de pornire, mai multe variante decizionale pentru care se determină modalitățile decizionale și efectele pe care le generează la nivelul întreprinderii; - să aleagă dintre variantele decizionale proiectate, aceea care corespunde în cea mai mare măsură unui set de criterii decizionale prestabilite de managementul întreprinderii.
Pre-rechizite: - cunoașterea conceptelor cheie și a teoriilor din domeniul economiei și managementului; - efectuarea creșterilor de marketing; - cunoașterea principalelor componente ale mediului intern și extern.
Teme de bază: Procesul de decizie în activitatea managerială. Deciziile și gândirea globală. Viziunea sistemică asupra mediului în care se iau decizii. Decizii luate în condiții de certitudine. Tehnici și modele de luare a deciziilor în condiții de certitudine. Decizii luate în condiții de risc. Tehnici și modele de luare a deciziilor în condiții de risc. Decizii luate în condiții de incertitudine. Tehnici și modele de luare a deciziilor în condiții de incertitudine. Decizii prin teoria jocurilor. Modelul operațional de prognoză tehnologică. Decizia în managementul echilibrului macrostructurale, în contextul formalizării economiei bazate pe cunoaștere.



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, analiza studiilor de caz.

Strategii de evaluare: evaluare curentă, sarcini pentru lucrul individual, chestionarea orală. Să elaboreze tabele de decizie, să rezolve probleme cu ajutorul arborelui decizional, să aplice regulile utilității și ale probabilităților subiective pentru rezolvarea problemelor.

Nota reușitei curente va reprezenta media aritmetică a notelor acumulate la disciplina respectivă.

Evaluarea finală se realizează sub formă de examen scris. Nota finală se calculează conform formulei:

$$N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5,$$

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

Bibliografie obligatorie:

1. Ackoff, R. L., Bazele cercetării operaționale. București: Editura Tehnică, 1975.
2. Andrașiu, M., (colab.). Metode de decizii multicriteriale. București: Editura Tehnică, 1986.
3. Boldur, Gd. Fundamentarea complexă a procesului decizional economic. București: Editura Științifică, 1973.
4. Gâf-Deac, Maria. Teoria deciziei. București: Editura Fundației României de mâine, 2004.
5. Gâf-Deac, Maria. Decizia ca instrument de exercitare a managementului. În „Revista Management și Marketing Contemporan”, nr.4/2002, București, p. 56-58;
6. Daniela Hîncu. Models for founding decisions. Bucharest, 2002.
7. Hîncu, B; Prodan, N; Novac, L. Bazele teoriei jocurilor noncooperatiste. Chișinău: USM, 2002.
8. Hîncu, B; Prodan, N; Novac, L. Bazele teoriei jocurilor cooperatiste. Chișinău: USM, 2004.
9. Owen, G. Teoria jocurilor. București: Editura Tehnică, 1974.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS LEADERSHIP ȘI COMPORTAMENT ORGANIZAȚIONAL

Codul unității de curs/ modulului în programul de studii: S.03.A.121
Codul și denumirea domeniului general de formare profesională: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul II, semestrul 3
Titularul: dr. hab., prof. univ. Oleg BUGA
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Disciplina Leadership și comportament organizațional permite studenților de la specialitatea dată de a însuși valori legate de comportament de frunțași de echipă, de a căpăta deprinderi practice ce le vor permite de a activa în domeniul economiei reale după finisarea studiilor de master. Însușirea cunoștințelor ce țin de leadership și comportament organizațional este absolut necesar pentru viitorul antreprenor sau economist la general ce va activa în domeniul economic. Studiarea unității de curs „Leadership și comportament organizațional” se bazează pe cunoștințele obținute de către studenți la celelate discipline studiate în semestrele anterioare.
Competențe prealabile: Se presupune că studenții cunosc deja bazele managementului, managementul general, comparat și alte discipline ce contribuie la formarea stilului de conducere. Dispun de condiții necesare pentru a folosi sursele tehnice și electronice, sânt utilizatori eficienți a tuturor programelor de calculator.
Competențe dezvoltate în cadrul unității de curs: <i>Competențe profesionale:</i> CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice doemniilor afacerilor; CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specific procesului de administrare a afacerilor; CP5. Conceperea, proiectarea și realizarea activităților administrative în afaceri. <i>transversale:</i> CT1. Aplicarea regulilor de muncă riguroasă și eficientă, manifestarea unei atitudini serioase față de domeniul științific și didactic, pentru valorificarea optima și creative 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. Autoevaluarea obiectivă a nevoii de autodezvoltare profesională continuă în vederea adaptării competențelor profesionale și m anageriale la dinamica domeniului și la exigențele pieței de muncă. <i>Competențe</i>
Finalități de studii realizate la finele unității de curs: 1. Să folosească cultura organizațională ca element absolut necesar în activitatea de leadership; 2. Să folosească cunoștințe și competențele de leadership în activitatea din sectorul real al economiei, să poată folosi stiluri și comportamente leadership în dependență de situații; 3. Să obțină performanța organizării la locul de muncă prin noi forme de organizare, analizând membri echipei la general și fiecare în parte; 4. Să obțină beneficii organizaționale de la lucrul în echipă, eliminând obstacolele în calea lucrului eficient; 5. Să poată face investiții de orice tip în dezvoltarea profesională a agajatului folosind diferite metode și tehnici de instruire.
Unități de învățare: Cultura organizațională, managementul și leadership. Modalități de manifestare a culturii organizaționale. Modele de leadership. Lucru în echipă și eficiența organizațională. Obstacole în calea lucrului eficient în echipă. Beneficiile organizaționale ale lucrului în echipă, etapele formării și dezvoltării echipei. Elementele sociale ale funcționării echipei. Activități practice în tehnici de predare ale leadership și managementul resurse umane.
Studiu individual: - studierea literaturii suplimentare la curs; - efectuarea sarcinilor individuale (rezolvarea de exerciții, studii de caz de diferite complexități); - rezolvarea aplicațiilor practice atât în grup cât și individual.
Strategii de predare – învățare: 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, proiect de cercetare, lucrări de control, examen MOODLE. Evaluarea finală: Masteranzii 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: $N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5$, unde N_f – nota finală; N_c – nota reușitei curente; N_e – nota de la examen.

Bibliografie

Obigatorie:

1. Călin Hințea, Tudor Țiclău Jenei Gyorgy – Management și leadership în sectorul public. O analiză comparativă a conceptelor.
2. Clarken, R.H., 2009. – “Moral Intelligence in the Schools”. School of Education, Northern Michigan University. PP. 1-7.
3. Fambrough, M.J. & Hart, R.K., 2008. “Emotions in Leadership Development: A Critique of Emotional Intelligence”. Advances in Developing Human.
4. Fielder, F. E., 1967 A Theory of Leadership Effectiveness, New York: McGraw Hill
5. Hințea et al, 2011, MANAGEMENT ȘI LEADERSHIP ÎN ORGANIZAȚII PUBLICE, [http://www.apubb.ro/wp_content/uploads/2011/03/Management si leadership in organizatii publice.pdf](http://www.apubb.ro/wp_content/uploads/2011/03/Management_si_leadership_in_organizatii_publice.pdf)
6. Jacobs, T. O., & Jaques, E. (1987). Leadership in complex system. In J.A. Zeidner (Ed.), Human productivity enhancement: Vol.2 Organizations, personnel, and decision-making. New York.
7. Kets de Vries, M.F.R. 1988. Prisoners of leadership. Human Relations,41, 261-280
8. Kotter John P., 1992 “What Leaders Really Do” (Harvard Business School).

Suplimentară:

1. Zaccaro, S.J., Kem, C & Bader, P., 2003. „Leader Traits and Attributes”. The Major Schools of Leadership,05-Antonakis.qxd
2. Armstrong Michael,2006, HUMAN RESOURCE MANAGEMENT PRACTICE, 10th edition, Kogan Page Limited.
3. McGregor, D. 1960 The Human Side of Enterprise, New York: McGraw Hill.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS NEGOCIERI ÎN AFACERI

Codul unității de curs/ modului în programul de studii: S.03.A.122
Codul și denumirea domeniului general de studiu: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul II, semestrul 3
Titularul: dr. hab., prof. univ. Oleg BUGA
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Disciplina Negocieri în afaceri va permite studenților de la specialitatea dată de a însuși principalele tehnici și instrumente prin intermediul cărora vor asigura eficiența negocierilor în afaceri, de a căpăta deprinderi practice ce le vor permite de a activa în domeniul economiei reale după finalizarea studiilor de master. Înșușirea cunoștințelor ce țin de negocierile în afaceri este absolut necesar pentru viitorul antreprenor sau economist la general ce va activa în domeniul economic.
Competențe prealabile: Se presupune că studenții cunosc deja bazele managementului, managementul general, comparat și alte discipline ce contribuie la formarea stilului de conducere. Dispun de condiții necesare pentru a folosi sursele tehnice și electronice, sânt utilizatori eficienți a tuturor programelor de calculator.
Competențe dezvoltate în cadrul unității de curs: <i>Competențe profesionale:</i> CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice domeniilor afacerilor. CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specifice procesului de administrare a afacerilor. CP5. Conceperea, proiectarea și realizarea activităților administrative în afaceri. <i>Competențe transversale:</i> 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. 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 unității de curs: 1. să cunoască tipurilor fundamentale de negociere, tipurilor de negociatori după reacția spontană, tipurilor de argumentare, tacticilor de negociere, strategiilor de negociere; - să modeleze stilurile de comunicare și să aplice instrumentele de comunicare non-verbală; - să organizeze un proces de negociere.
Unități de învățare: Negocieri în afaceri: Principii de baza. Introducere în domeniu. Cadrul general al negocierilor. Procesul de negociere și rezultatele. Comunicarea interumană. Comunicarea verbală. Comunicarea non-verbală. Personalitatea negociatorului de succes. Argumentarea pozițiilor de negociere. Strategiile de negociere. Tactica de negociere. Administrarea procesului de negociere. Particularitățile negocierilor internaționale.
Studiu individual: - studierea literaturii suplimentare la curs; - efectuarea sarcinilor individuale (rezolvarea de exerciții, studii de caz de diferite complexități); - rezolvarea aplicațiilor practice atât în grup cât și individual.
Strategii de predare – învățare: 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, proiect de cercetare, lucrări de control, examen MOODLE. Evaluarea finală: Masteranzii 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: $N_f = N_c \times 0,5 + N_e \times 0,5$, unde N_f – nota finală; N_c – nota



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



reușitei curente; *Ne* – nota de la examen.

Bibliografie

1. Prutianu Ștefan, Manual de comunicare și negociere în afaceri, vol 2; Editura Polirom, Iași 2000;
2. Allan Pease, Limbajul trupului; Editura POLIMARK, București 1997;
3. Neamțu Adina Claudia, Comunicarea și negocierea comercială; carte electronică (http://www.utgjiu.ro/id/docs/centru_economic/tematicaECTS2011.pdf);
4. Tehnici de negociere și comunicare în afaceri Note de curs; carte electronică (<http://www.scribd.com/doc/52578432/TEHNICI-DE-NEGOCIERE>);
5. Ion Stoian, Cartea specialistului în comerț exterior; Tehnici, proceduri, uzanțe, vol.2; Editura CARAINAM, București 1994, partea 9.
6. Matei Georgescu, Introducere în teoria negocierii, Universitatea Spiru Haret, carte electronică (<http://www.scribd.com/doc/6694313/Carte-031-Matei-Georgescu-Introduce-Re-in-Teoria-Negocierii-85pag>).



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS PRACTICA DE SPECIALIZARE

Codul și denumirea domeniului general de studiu: 041. Științe economice
Tipul programului: Master de profesionalizare
Denumirea programului de master: Administrarea afacerilor comerciale
Facultatea și catedra responsabilă: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului, catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 10
Anul și semestrul în care se predă: Anul II, semestrul 3
Titularul: dr.hab. prof. univ. Oleg BUGA
Descriere succintă a corelării/integrării cursului cu/în programul de studii: În vederea consolidării cunoștințelor teoretice acumulate pe parcursul studiilor de master și perfecționării abilităților practice, planul de învățământ la specialitatea „Administrația afacerilor comerciale” prevede susținerea stagiului practicii de master în cadrul întreprinderilor / firmelor și organizațiilor cu o durată de 5 săptămâni. Realizarea stagiului de practică în cadrul instituțiilor de profil are menirea de a contribui la consolidarea competențelor de analiză a proceselor și operațiunilor comerciale complexe, facilitând accesul masteranzilor la baza informațională necesară pentru elaborarea produsului final al studiilor - tezei de master. Modul de perfectare a raportului este prezentat pe pagina web a bibliotecii http://tinread.usarb.md:8888/tinread/fulltext/cociug/ind_metod.pdf
Stagiul practicii de master are menirea de a obține un șir de rezultate concrete definite în următoarele scopuri: a) consolidarea și aprofundarea cunoștințelor teoretice și conceptuale obținute în procesul de studiu a disciplinelor universitare de profil; b) dezvoltarea abilităților de aplicare a metodelor, procedurilor și tehnicilor de investigare științifică; c) formarea competențelor de expunere explicită și perfectarea rezultatelor cercetării științifice.
Competențe dezvoltate: <i>Competențe profesionale:</i> CP1. Operarea cu concepte și metode științifice din domeniul administrării afacerilor, teoriilor decizionale moderne și utilizarea lor în comunicarea profesională. CP2. Utilizarea creativă a cunoștințelor fundamentale și avansate, a metodelor moderne de administrare în activitățile specifice domeniului afacerilor. CP3. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor reale, caracteristice domeniilor afacerilor. CP4. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea informației specifice procesului de administrare a afacerilor. CP5. Conceperea, proiectarea și realizarea activităților administrative în afaceri. CP6. Realizarea la nivel instituțional a unei cercetări de eficiență a modelului de organizare a procesului administrativ. <i>Competențe transversale:</i> 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 efecace a activităților organizate 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: - să determine rolul și dualitatea funcțiilor afacerii; - să cunoască și să analizeze factorii ce influențează organizarea afacerii; - să evalueze eficiența activității întreprinderii în care promovează practica; - să identifice și evalueze particularitățile activității întreprinderii în dependență de diferite criterii; - să interpreteze datele și informațiile referitoare la activitatea întreprinderii; - să numească modalitatea de încheiere a contractelor și procedura de selecție a furnizorilor; - să analizeze indicatorii de eficiență a companiei în care realizează practica.
Unități de învățare: Investigarea cadrului general de funcționare a afacerii. Analiza organigramei companiei. Analiza micromediului și a macromediului afacerii. Analiza relațiilor companiei cu bugetul de stat privind impozitele și taxele. Investigarea pieței companiei, a profilului clientului și a situației concurențiale. Analiza indicatorilor tehnico-economici ai afacerii. Analiza indicatorilor stării patrimoniale și financiare a companiei.



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



Analiza planului de afaceri a companiei. Formularea concluziilor și a recomandărilor pentru îmbunătățirea funcționării afacerii.

Bibliografie

Obligatorie:

1. Legea Republicii Moldova cu privire la întreprinderi și antreprenoriat, Nr. 845-XII din 03.01.1992, publicat : 28.02.1994 în Monitorul Parlamentului Nr. 2 art. Nr: 33.
2. Legea Republicii Moldova cu privire la comerțul interior, Nr. 231 din 23.09.2010, publicat : 22.10.2010 în Monitorul Oficial Nr. 206-209 art. Nr : 681
3. Legea Republicii Moldova cu privire la publicitate, Nr.1227-XIII din 27.06.97, publicat în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.67-68 din 16.10.1997.
4. COSMA, S. *Cercetări de marketing. Aplicații*. Cluj-Napoca: Presa Universitară Economică, 2003.

Suplimentară:

1. CONSTANTINESCU, D. *Management financiar în asigurări*. București: Editura Economică, 2005. 440 p.
2. MIRONIUC, Marilena. *Analiză economico-financiară. Performanță, poziție financiară, risc*. București: Ed. Economică, 2009. 244 p.



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



REALIZAREA ȘI SUSȚINEREA PUBLICĂ A TEZEI DE MASTER

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

Teza de master reprezintă o cercetare științifică aprofundată/interdisciplinară/complementară în domeniul analizei problemelor teoretice și practice din domeniul bancar și asigurări, care trebuie să demonstreze competențe profesionale și de cercetare în acest domeniu, cunoașterea științifică avansată a temei abordate și care conține elemente de noutate și originalitate în dezvoltarea sau soluționarea problemei de cercetare.

Tematica tezelor de master este elaborată de Catedra de științe economice și se stabilește individual de către masteranzi și/sau conducătorii de teze, fiind aprobată la ședința Catedrei de științe economice și la ședința Consiliului Facultății de Științe Reale, Economice și ale Mediului, până la sfârșitul anului I de studii.

Teza de master este însoțită de avizul conducătorului științific.

Susținerea tezei de master are loc în mod public, în fața Comisiei de evaluare stabilită prin ordinul rectorului. Comisiile de evaluare a tezelor de master sunt constituite din cel puțin cinci membri, inclusiv reprezentanți ai angajatorilor.

Conținutul și nivelul tezelor de master, modalitatea de prezentare a lor, sunt expuse în Recomandările de realizare a tezelor de licență și master în Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți, precum și în Indicațiile metodice privind elaborarea tezelor de master sunt plasate pe pagina web a Catedrei de științe economice <http://usarb.md/master-se/>.



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



1.2. MINIMUL CURRICULAR ÎNȚĂL PENTRU PROGRAMUL DE STUDII ADMINISTRAREA AFACERILOR COMERCIALE

FIȘA UNITĂȚII DE CURS MONEDĂ ȘI CREDIT

Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 4
Anul și semestrul în care se predă: anul I, semestrul I
Titularul: dr., conf. univ. Natalia BRANAȘCO
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Unitatea de curs „Monedă și credit” este unul dintre principalii piloni ai formării unui economist de înaltă calificare, familiarizând studenții cu principiile funcționării și evoluției sistemului monetar-creditar în condițiile economiei de piață. Obiectul unității de curs „Monedă și credit” se axează pe cercetarea relațiilor monetar-creditare 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-creditare 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: Unitatea de curs „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 în cadrul unității de curs: <i>Competențe profesionale:</i> CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei și ale managementului, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională CP4. Argumentarea deciziilor de conducere 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 unității de curs: La finalizarea studierii unității de curs „Monedă și credit” 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 studiul individual.
Unități de învățare: Tema 1. Moneda: concept, funcții, forme. Tema 2. Sistemul monetar național. Tema 3. Sistemul monetar internațional. Tema 4. Sistemul monetar european. Tema 5. Masa monetară. Tema 6. Cererea și oferta de monedă. Tema 7. Moneda și inflația. Tema 8. Creditul și dobânda. Tema 9. Sisteme bancare. Tema 10. Băncile comerciale. Tema 11. Piața și politica monetară. Tema 12. Riscul și prudența bancară.
Studiu individual: studierea surselor bibliografice obligatorii și conspectelor temelor unității de curs, elaborate de cadrul didactic; realizarea sarcinilor individuale, stipulate în curriculum; elaborarea unui referat la o temă selectată din lista de subiecte ale referatelor; rezolvarea testelor de autoevaluare.
Strategii de predare – învățare: prelegerea, prelegerea-discuție, prelegerea cu caracter problematic, seminarul cu utilizarea mesei rotunde, seminar cu folosirea metodei analizei situațiilor concrete, brainstorming, discuție Panel, metoda 3 „C” (claritate, creativitate, concretizare), problematizarea, testele scrise, portofoliul, referatul, proiectul, studiul de caz. În cadrul analizei situațiilor concrete și studiilor de caz se vor utiliza analiza pieței axată pe benchmarking și explorarea oportunităților de piață, modelul Business Canvas, strategia Cascade, strategia Blue Ocean, analiza PESTLE, analiza SWOT, matricea Ansoff, etc.
Strategii de evaluare: teste de evaluare periodică, curentă și finală, prezentarea referatelor, lucrări de control,



portofoliu.

Resurse informaționale ale unității de curs

a) Surse bibliografice obligatorii

1. Legea cu privire la Banca Națională a Moldovei: nr. 548-XIII din 21.07.95. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 1995, nr. 56-57.

Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=66550&lang=ro

2. Legea instituțiilor financiare: nr. 550-XIII din 21.07.95. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 1996, nr.1.

Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=88444&lang=ro

3. Legea privind activitatea băncilor: nr. 202 din 06.10.2017. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2017, nr. 434-439. Disponibil: <https://www.bnm.md/ro/content/legea-privind-activitatea-bancilor-nr202-din-06-octombrie-2017>

4. Legea privind redresarea și rezoluția băncilor: nr. 232 din 03.10.2016. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2016, nr. 343-346. Disponibil: <https://www.bnm.md/ro/content/legea-privind-redresarea-si-rezolutia-bancilor-nr-232-din-03102016>

5. Regulamentul privind cadrul de administrare a activității băncii: aprobat prin Hotărârea Consiliului de administrație al Băncii Naționale a Moldovei nr. 146 din 7 iunie 2017. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. 2017, nr. 201-213 (cu modificările ulterioare). Disponibil: <https://www.bnm.md/ro/content/regulamentul-privind-cadrul-de-administrare-activitatii-bancilor-aprobat-prin-hce-al-bnm>

6. BASNO, C., DARDAC, N., FLORICEL, C. *Monedă. Credit. Bănci*. București: Ed. Didactică și Pedagogică, R. A., 2003, 374 p.;

7. BERDILĂ, A., OBOROC, I. *Monedă și credit*. Chișinău: Evrica, 2006, 120 p.;

8. COCRIȘ, V. et al. *Monedă și credit*. Iași: ed. Universității „A. I. Cuza”, 2013, 312 p.;

9. COCRIȘ V. et al. *Monedă și credit: sinteze și aplicații practice*. Iași: ed. Universității „A. I. Cuza”, 2013, 240 p.

b) Surse bibliografice suplimentare

1. BELOBROV, A., BRANAȘCO N. *Impactul remitențelor asupra rezilienței sistemului financiar al Republicii Moldova*. Chișinău: Pontos, 2013.

2. BRANAȘCO, N., GHERGHELIGIU, O. Particularitățile politicii monetare a Băncii Naționale a Moldovei. În: *Materialele Conferinței Științifice Internaționale „Aspecte ale dezvoltării potențialului economico-managerial în contextul asigurării securității naționale”*. Bălți, 30.11-1.12.2018, pp. 272-276.

3. MANOLESCU, Gh. *Monedă și credit*. București: Ed. Fundației „România de Mâine”, 2003, 228 p.;

4. STOICA, V., DIACONU, P. *Bani și credit: banii, teoriile monetare, administrarea banilor și politica monetară*. București: Ed. Economică, 2003, 535 p.;

5. TURLIUC, V., BOARIU, A., STOICA, O. *Monedă și credit*. București: Ed. Economică, 2005, 303 p.;

6. БАЛЫНСКИЙ, А. В. *Общая теория денег и кредита: Учебное пособие*. Кишинэу: Еврика, 1998, 232 с.;

7. ЛАВРУШИН, О. И. *Деньги. Кредит. Банки: учебник*. Москва: Финансы и Статистика, 2004, 456 с.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS TEORIA ECONOMICĂ-I

Domeniul general de studiu: 041 Științe economice
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 cursul: Anul I, semestrul 2
Titularul: dr., conf. univ. Alla TRUSEVICI
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 urmărește 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 integrat 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 disciplinelor: „Teoria Economică I”, „Principiile economiei de piață”, „Matematica economică”, „Moneda și credit”
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: 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.
Unități de învățare: 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 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, studii de caz, rezolvarea problemelor.

Bibliografie

Obligatorie:

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

Suplimentară:

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.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS FUNDAMENTELE MANAGEMENTULUI ORGANIZAȚIEI I

Domeniul general de studiu: 041. Științe economice
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul I, semestrul 2
Titularul: dr., conf. univ. Carolina TCACI
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Cursul „Fundamentele managementului organizației I” (FMO I) constituie baza teoretico-practică în pregătirea viitorilor manageri. Unitatea de curs FMO I este una fundamentală și cu rol decisiv în formarea viitorilor manageri, ea contribuie la formarea cunoștințelor teoretice și a abilităților practice a viitorilor manageri-economiști în domeniul managementului general. Astfel, în cadrul cursului se vor studia: evoluția managementului, principiile, metodele, funcțiile, structurile de conducere în organizație. La nivel teoretic și practico-aplicativ se examinează funcțiile de planificare-prognostic, organizare, motivare și control; deciziile de conducere și metodele de adoptare a lor; conflictele în management și modalitățile de soluționare a lor; stilurile de conducere și situațiile de eficiență a acestora. Unitatea de curs FMO I este precedată de discipline de studii generale, iar în domeniul economic, în special, de disciplina Principiile economiei de piață. Unitatea de curs FMO I este urmată de studierea diverselor compartimente de management, cum ar fi: FMO II (Managementul producției), Managementul activității publicitare, Managementul IMM, Managementul aprovizionării și desfacerii, Managementul calității, Managementul inovațional etc.
Competențe prealabile: Studentul trebuie să aibă, prealabil, la nivel teoretic și aplicativ competențe în domeniul teoriei economice (principiile economiei de piață, macroeconomiei, microeconomiei, finanțelor, monedei și creditului etc.), după cum urmează: - definirea, interpretarea și analiza legilor, a legităților și a fenomenelor economice; - identificarea tipurilor de întreprinderi și a mecanismului economic de funcționare a organizației economice; - determinarea rolului decisiv al antreprenorului/conducătorului în activitatea organizației.
Competențe dezvoltate în cadrul unității de curs: <i>Competențe profesionale:</i> CP 1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei și ale managementului, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională. CP 2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice. CP 4. Argumentarea deciziilor de conducere pe probleme concrete utilizând concepte, teorii și raționamente economice. <i>Competențe transversale:</i> CT1. Aplicarea regulilor de muncă eficientă, responsabilă și riguroasă față de atribuțiile 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 profesionale. CT 2. Identificarea corectă a rolurilor și a responsabilităților în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor/principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipă CT 3. 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 unității de curs: După finalizarea acestui curs studentul va fi capabil: - să definească obiectul și conținutul managementului; să identifice școlile de management, reprezentanții lor și aportul acestora la dezvoltarea managementului ca știință; 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; tangențele managementului cu științele socio-economice; situația economică, politică, socială în contextul apariției primelor școli ale managementului industrial; factorii mediului intern și a mediului extern a organizației, precum și influența lor asupra acesteia; factorii succesului și a conducerii reușite; - 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.

Unități de învățare: Esența și conținutul managementului. Evaluția conceptuală a managementului. Organizația, managerii, rolurile și nivelele de conducere. Sitemul și funcțiile de conducere în organizație. Funcția de motivare în conducere. Metodele de conducere. Stilurile de conducere și liderismul. Conflictul în management. Deciziile de conducere.

Studiu individual:

- studierea literaturii suplimentare la curs;
- efectuarea sarcinilor individuale (rezolvarea de exerciții, studii de caz de diferite complexități);
- rezolvarea aplicațiilor practice atât în grup cât și individual.
Fiecare student va realiza și va prezenta la finalul cursului Lucrul individual care constituie un studiu de caz complex. Aprecierea lucrului individual se va realiza de către profesorul seminarist cu o notă care poate fi și cu zecimale.

Strategii de predare – învățare: 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 de evaluare periodică, curentă și finală, lucrări de control.

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. Dimitrașcu, 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. Popescu, D. Managementul general al firmei. Craiova: Universitaria, 2007. 319 p. – ISBN 978-973-742-814-1
6. Botnari, N. Rolul managementului în realizarea strategiilor de creștere economică a întreprinderii. În: Managementul întreprinderii în mediul economic contemporan: Materialele Conferinței Științifice din 24-25 septembrie 2009. Chișinău, 2009, p. 219-226.
7. Burduș, E. Managementul schimbărilor organizaționale. Ed. a 3-a. București: Ed. Economică, 2008. 271 p. – ISBN 978-973-749-423-8
8. Dimitriu, S. Analiza deciziilor. Ed. a 2-a. București: Printech, 2008. 232 p. – ISBN 978-606-521-152-0
9. Neguriță, O. Managementul performanței întreprinderii. Constanța: Ex. Ponto, 2007. 203 p. – ISBN 978-973-644-690-0
10. Tcaci, C. Teoria sistemelor: de la sisteme cibernetice la sisteme economice. În: Rolul tehnologiilor informaționale în pregătirea profesională a specialiștilor profilului economic: Conferința Științifico-Practică internațională din 5-6 noiembrie 2010, Bălți: Presa Universitară bălțeană, 2010, p. 75-77.
11. Vasile, P. Managerii și rolurile lor în procesul de stabilire a elementelor structural-organizatorice ale firmei. Craiova: Sitech, 2007. 130 p.
12. Vasile, P. Rolul deciziei manageriale în realizarea obiectivelor firmei. Craiova: Sitech, 2008. 122 p. – ISBN 978-973-746-872-7
13. Vlădeanu, D. Fundamentarea deciziilor în managementul modern prin tehnici de simulare: teorie și aplicații. Iași: Performantica, 2007. 482 p. – ISBN 978-973-730-435-3.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS **TEORIA ECONOMICĂ II**

Domeniul general de studii: 041. Științe economice
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: anul II, semestrul 3
Titularul: dr., conf. univ. Alla TRUSEVICI; dr., conf. univ. Natalia BRANAȘCO
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Unitatea de curs „Teorie economică II” are menirea de a prelunge 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. Cursul dat reflectă teoriile și modelele macroeconomice de bază: ciclicitatea, șomajul, inflația, echilibru general, economia deschisă, balanța de plăți externe. Este analizat rolul economic al statului și politicile economice - cheie: politica bugetar-fiscală, politica monetar-creditară, politica economică externă. Unitatea de curs 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 integru complex și constituie baza formării unui specialist în domeniul economiei în condițiile actuale. Scopul cursului „Teorie 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: „Teorie Economică I”, „Principiile economiei de piață”, „Matematica economică”, „Moneda și credit”.
Competențe dezvoltate în cadrul unității de curs: <i>Competențe profesionale:</i> CP1. Operarea cu fundamentele științifice ale economiei și ale managementului, precum și utilizarea acestor noțiuni în comunicarea profesională CP2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și proceselor practice CP4. Argumentarea deciziilor de conducere 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 unității de curs: La finalizarea studierii unității de curs 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.
Unități de învățare: Tema 1. Introducere în analiza macroeconomică. Tema 2. Reglementarea economiei de către stat: obiective și instrumente. Tema 3. Evaluarea rezultatelor activității economice. Tema 4. Instabilitatea macroeconomică și teoria ciclurilor. Tema 5. Consum, economii, investiții. Modelul keynesist „venit-cheltuieli”. Tema 6. Modelul cererii agregate și ofertei agregate. Tema 7. Instabilitatea macroeconomică pe piața muncii. Tema 8. Piața monetară și politicile monetar-creditare. Tema 9. Instabilitatea macroeconomică și problemele inflației. Tema 10. Bugetul de stat și politica bugetar-fiscală. Tema 11. Fluctuațiile activității economice și modelul IS-LM. Tema 12. Creșterea economică și dezvoltarea economică. Tema 13. Sistemul economiei mondiale. Tema 14. Economia deschisă și balanța de plăți. Tema 15. Piața valutară.



Studiu individual:

- studierea surselor bibliografice obligatorii și conspectelor temelor unității de curs, elaborate de cadrul didactic;
- realizarea sarcinilor individuale, stipulate în curriculum;
- elaborarea unui referat la o temă selectată din lista de subiecte ale referatelor;
- rezolvarea testelor de autoevaluare.

Strategii de predare – învățare: prelegerea, prelegerea-discuție, prelegerea cu caracter problematic, seminarul cu utilizarea mesei rotunde, seminar cu folosirea metodei analizei situațiilor concrete, brainstorming, discuție Panel, problematizarea, testele scrise, portofoliul, referatul, proiectul, studiul de caz.

Strategii de evaluare: teste de evaluare periodică, curentă și finală, prezentarea referatelor, lucrări de control, portofoliu.

Bibliografie

Obligatorie:

1. FILIP, N.; SOROCEAN, O. *Teorie economică: curs universitar (volumul II)*. Chișinău: Tipografia Primex-Com SRL, 2011, 341 p.;
2. HĂMURARU, M.; ȚĂRUȘ, V.; CAPSÎZU, V. *Teorie economică. Macroeconomie*. Chișinău: CEP USM, 2010, 288 p.;
3. MECU, D.-G. *Macroeconomie în economia de piață socială*. Iași: ALFA, 2012, 224 p.
4. MOLDOVANU, D. *Curs de teorie economică*. Chișinău: Ed. ARC, 2006, 428 p.
5. POPESCU, Gh. *Macroeconomie*. București: Ed. Economică, 2013, 736 p.
6. STANCU, S. *Macroeconomie cantitativă avansată: Breviar teoretic și aplicații*. București: Ed. ASE, 2013, 294 p.
7. TOMȘA, A. *Teorie economică Vol.2 : Macroeconomie*. Chișinău: Ed. ARC, 2013, 330 p.
8. TRUSEVICI, A., BRANAȘCO, N. *Indicații metodice pentru lecții practice la disciplina Teoria economică*. Bălți: Tipografia din Bălți, 2010, 85 p.;
9. TRUSEVICI, A.; BRANAȘCO, N. *Culegere de teste și probleme pentru lecții practice la disciplina Teoria economică*. Bălți: Tipografia din Bălți, 2010, 81 p.

Suplimentară:

1. CHIRCĂ, S. *Evoluția reformelor economice (de la economia planificată la cea de piață)*. Chișinău: Editura Litera, 2000, 110 p.
2. CHIRILĂ, M. *Economie politică: macroeconomie*. Galați: Ed. Porto-Franco, 1999
3. CIUCUR, D. *Economie: manual universitar*. București: Editura Economică, 1999, 642 p.
4. CLIPA, N. *Economie politică: noțiuni teoretice, probleme, rezolvări*. Iași: Ed. Sedcom Libris, 2000, 323 p.
5. GANCIUCOV, V. *Căile de dezvoltare a economiei naționale*. Chișinău: Ed. ARC 2003
6. IONESCU, V.; GAVRILĂ, E. *Elemente de macroeconomie*. București: Ed. Economică, 1999
7. OPRESCU, GH. *Microeconomie. Macroeconomie*. București: Ed. Economică, 2000, 459 p.
8. TRUSEVICI, A.; POSTOLACHI V. *Ghid de realizare și susținere a proiectelor (referatelor)*. Bălți: Ed. Tipografia universitară bălțeană, 2018
9. ȚĂRUȘ, V. *Teorie economică. Macroeconomie : Concepte și aplicații*. București: Ed. Lexon-Prim, 2015, 288 p.
10. ПЛОТНИЦКИЙ, М.И. *Курс экономической теории*. Минск: Мисанта, 2003;
11. СОРОЧАН, О. *Экономическая теория: курс лекций*. Chișinău: Tipografia Primex-Com SRL, 2009, 327 p.



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS FUNDAMENTELE MANAGEMENTULUI ORGANIZAȚIEI II

Domeniul general de studiu: 041. Științe economice
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 5
Anul și semestrul în care se predă: Anul II, semestrul 3
Titularul: dr., conf. univ. Carolina TCACI
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Cursul „Fundamentele Managementului Organizației II” se integrează organic în ansamblul materiilor incluse în pregătirea viitorilor economiști, utilizând cunoștințele asimilate de studenți la următoarele discipline: fundamentele managementului organizației I, microeconomie, macroeconomie, oferind cunoștințe, metode și procedee ce vor fi valorificate la acest curs. Cursul „Fundamentele managementului organizației II” vizează abordarea principalelor aspecte ale planificării și administrării producției ca componentă a conducerii activității economice a unității industriale. Componentele principale cuprind proiectarea și organizarea sistemelor din activitățile de bază, auxiliare și de servire. De asemenea sunt abordate problemele principale ale controlului produselor în vederea asigurării competitivității pe piață.
Competențe prealabile: 1) <i>Competențe cognitive</i> - de cunoaștere a conceptelor de bază teoretice și aplicative ale managementului; - de cunoaștere a metodelor utilizate în managementul unei întreprinderi; - de identificare a oportunităților de gestiune eficientă a afacerii pe baza metodelor caracteristice, astfel încât să contribuie la atingerea competitivității; - de comparare a efectelor implementării diferitelor metode de management. 2) <i>Competențe de aplicare</i> - de utilizare a metodelor de gestiune a unei afaceri în scopul atingerii performanței economice; - de conștientizare a tehnicilor de management a unei organizații și a posibilităților lor de aplicare; - de analiză a necesității de formare și integrare a managementului organizației.
Competențe dezvoltate în cadrul unității de curs: <i>Competențe profesionale:</i> CP 2. Elaborarea modelelor pentru descrierea fenomenelor și a proceselor practice; CP 3. Elaborarea, proiectarea și analiza alternativelor de rezolvare a operațiilor/situațiilor economice; CP 4. Argumentarea deciziilor de conducere pe probleme concrete utilizând concepte, teorii și raționamente economice. <i>Competențe transversale:</i> CT 1. 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; CT 3. Valorificarea principiului de perfecționare continuă, utilizarea oportunităților de formare continuă, a instrumentelor și resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.
Finalități de studii realizate la finele unității de curs: - să definească conceptele de management, metodă a managementului producției, tehnici de management, ciclul de producție, proces de producție, structură de producție, în diferite contexte social-economice; - să analizeze procesul de producție al unei întreprinderi industriale; - să calculeze capacitatea de producție a unei întreprinderi industriale dar și să vină cu modalități de optimizare a ei în diferite contexte economice; - să compare diversele metode și tehnici de management al producției în funcție de diverse contexte economice.
Unități de învățare: întreprinderea – componentă de bază a unui sistem de producție, organizarea structurală a sistemelor de producție, metode și tehnici de analiză a proceselor de producție și a organizării lui, sisteme de organizare procesuală și spațială a întreprinderii, metode de organizare a unităților de producție auxiliare și de servire în cadrul întreprinderilor de producție, planificarea ca funcție a managementului producției, producția industrială a întreprinderii, pregătirea producției într-o întreprindere de producție industrială, capacitatea de producție și gradul de utilizare a acesteia, strategia economică a întreprinderii de producție industriale
Studii individuale:



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



- studierea bibliografiei suplimentare;
- rezolvarea aplicațiilor plasate pe moodle;
- realizarea proiectului la unitatea de curs;

Strategii de predare – învățare: 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 de evaluare periodică, curentă și finală, prezentarea studiilor de caz rezolvate, lucrări de control, rezolvarea problemelor.

Bibliografie

Obligatorie:

1. Legea cu privire la antreprenoriat și întreprinderi: nr.845-XII din 03.01.92. *Monitorul Parlamentului*. 1994, nr. 2/33, pp. 22.
2. Gavrilă, T., Lefter, V. *Managementul general al firmei*. București: Economică, 2004.
3. Moga, T.; Rădulescu, C. *Fundamentele managementului*. București: ASE, 2004 .
4. Nicolescu, O., Verboncu, I. *Management*. București: economică, 1997.

Suplimentară:

1. Stoica, N. *Economia și organizarea producției*. București: Editura Didactică și Pedagogică, 1992.
2. Unguru, I. *Managementul producției întreprinderii*. București: Editura Luminatex, 1998.
3. Suslenco, A. *Aspectele managementului dezvoltării regionale în Republica Moldova*. In: Dezvoltarea economico-socială durabilă a euroregiunilor și a zonelor transfrontaliere, vol. XIX, Iași, Tehnopress, 2015, p. 144-150. ISBN 978-606-687-221-8



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



FIȘA UNITĂȚII DE CURS MARKETING

Domeniul general de studiu: 041. Științe economice
Facultatea responsabilă de unitatea de curs: Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra responsabilă de unitatea de curs: Catedra de științe economice
Număr de credite ECTS: 6
Anul și semestrul în care se predă: Anul 2, semestrul 3
Titularul: dr., lector univ. Rodica SLUTU
Descriere succintă a corelării/integrării unității de curs cu/în programul de studii: Unitatea de curs „Marketing” este prevăzută planului de studiu destinat pregătirii cadrelor cu studii superioare la specialitățile Business și Administrare”, „Contabilitate” „Finanțe și bănci”, făcând parte din pregătirea de specialitate a studenților. Această disciplină are ca scop aprofundarea cunoștințelor studenților în domeniul teoriei și practicii marketingului și familiarizarea lor cu aplicarea principiilor și tehnicilor de marketing în activitatea de producție, inclusive cea desfășurată de întreprinderile producătoare de bunuri și servicii destinate consumului productive. Introducerea unei asemenea pregătiri a studenților are în vedere faptul că o mare parte din viitorii absolvenți vor putea ocupa posturi în serviciile de marketing, aprovizionare sau desfacere ale unor întreprinderi producătoare, precum și în cadrul unor organe de îndrumare, coordonare și sinteză macroeconomică, unde se vor confrunta frecvent cu probleme de marketing.
Competențe prealabile: Unitatea de curs „Marketing” reprezintă un curs de specialitate ce familiarizează studenții cu noțiunea de piață a întreprinderii, produse, servicii, clienți actuali și potențiali. Studenții trebuie să dețină competențe generale și specifice studiate de la disciplinele: „Principiile economiei de piață”, „Teoria economică”, „Bazele tehnologiei”, „Fundamentele managementului”.
Competențe dezvoltate în cadrul unității de curs: <i>Competențe profesionale:</i> 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. <i>Competențe transversale:</i> 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 unității de curs: La finalizarea studierii unității de curs studentul va fi capabil: - să definească conceptele 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 consumatorului.
Unități de învățare: 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 în mixul de marketing. Politica de promovare în mixul de marketing. Organizarea activității de marketing.
Strategii de predare – învățare: 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 de evaluare periodică, curentă și finală, prezentarea referatelor, lucrări de control.
Bibliografie Obligatorie: 1. BĂLAN, C. <i>Cercetări de marketing: conținutul, rolul, tipologia și procesul cercetării de marketing</i> . București: Editura ASE, 2012, 141p. 2. FLORESCU, C. <i>Marketing</i> . București: Editura Marketer, 1992, 98p. 3. KOTLER, Ph. <i>Managementul marketingului</i> . București: Editura Teora, ed. III-a, 2015, 1042p.



4. KOTLER, Ph., ARMSTRONG, G. *Principiile marketingului*. București: Editura Teora, ed. IV-a, 2018, 1094p.
5. MUNTEANU, V., *Marketing pentru toți*. București: Editura Meridianul 28, 2017, 248p.
6. OLTEANU, V. *Management-Marketing*. București: Editura ASE, 2017, 163p.
7. NICOLAI, M. *Publicitatea în activitatea de marketing*. Brăila: Editura Evrica, 2000, 251p.
8. NIȚĂ, C., POPESCU, M. *Dicționar de marketing și de afaceri*. București: Editura Economică, 2016, 365p.
9. NEGRICEA, C. *Strategii de marketing online – soluții de success pentru dezvoltarea și implementarea aplicațiilor de marketing online în activitatea organizației*. București: Editura Universitară, 2017, 358p.
10. PETROVICI, S., BELOSTECINIC, Gr. *Marketing*. Chișinău: Editura Universitas, 1998, 377p.

Suplimentară:

1. BALAURE, V. ș.a., *Marketing*. București: Editura Uranus, 2010, 245p.
2. FOLTEAN, F., LĂDAR, L., ș.a., *Marketing*. Timișoara: Editura Brumar, 2018, 134p.
3. MEGHIȘAN, Gh., NISTORESCU, T., *Marketing*. Craiova: Editura Sitech, 2017, 189p.
4. OLTEANU, V., *Marketingul serviciilor*. București: Editura Ecomar, 2014, 205p.
5. PRUTEANU, Șt., *Manual de Comunicare și Negociere în Afaceri*. Iași: Editura Polirom, 2014. 302p.
6. SASU, C., *Marketing internațional*. Iași: Editura Polirom, 20105, 258p.
7. SLUTU Rodica, *Implicațiile marketingului intern în vederea motivării și reținerii angajaților la întreprindere*. În: *Economica*, Nr.4 (102), 2017, Chișinău, ASEM, p. 26 – 34, 0,38 c.a., ISSN 1810 – 9136, categoria B;