



P.Î.M
PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
CICLUL II - MASTERAT, ULIM

RED.: 01
DATA: 28.01.2020
Pag. 1 / 9

“COORDONAT”

Ministerul Educației, Culturii și Cercetării
al Republicii Moldova

“ 3 ” 03 2020

Nr. de înregistrare

“APROBAT”

Consiliul pentru Dezvoltare Strategică Instituțională,
proces verbal nr. 2, din 28/02/2019

Senatul Universității Libere Internaționale din Moldova,
proces-verbal nr.4, din 28 ianuarie 2020

Rector

Ilian GALBEN



Ministerul Educației, Culturii și Cercetării al Republicii Moldova

Ministry of Education, Culture and Research of the Republic of Moldova

Universitatea Liberă Internațională din Moldova / Free International University of Moldova

Facultatea Științe Economice / Faculty of Economic Sciences

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Program of Study

Nivelul calificării

Level of qualification

Domeniul general de studiu

General field of study

Domeniul de formare profesională

Professional formation field

Program de master (de profesionalizare) MP

Master Program (Professional Master)

Numărul total de credite de studiu

Number of study credits

Titlul obținut la finele studiilor

Conferred Title

Baza admiterii

Admission requirements

Limba de instruire

Language of learning

Forma de organizare a învățământului

Organizational form of the higher education

Responsabil de programul de studiu

Responsible for Program

Grupul de lucru

Working Group

Nivelul 7 ISCED

7 ISCED Level

041 Științe Economice

041 Economic Sciences

0413 Business și administrare / Business and management

0414 Marketing / Marketing

Management, Marketing și Logistică

Management, Marketing and Logistics

120 ECTS

Master în Științe Economice

Master of Economics

Diploma de studii superioare de licență sau un act echivalent de studii

Diploma of Licentiate Higher Education or an Equivalent Act of Study

Română/rusă/engleză

Romanian / Russian / English

învățământ cu frecvență

Full-time learning

Balan Igor, dr., conf. univ.

Robu Elena, dr., conf. univ.

Blagorazumnaia Olga, dr., conf. univ.

Pestușco Nina, dr., conf. univ.

Trifonova Larisa, lector universitar

CHIȘINĂU, 2020

[Handwritten signature]

CALENDARUL UNIVERSITAR (în săptămâni) / UNIVERSITY CALENDAR (in weeks)

Anul de studiu <i>Year of study</i>	Activități de instruire <i>Study Activities</i>		Sesiuni de examene <i>Examination Sessions</i>		Stagii de practică <i>Internships</i>	Vacanțe <i>Holidays</i>		
	Semestrul I <i>Ist Semester</i>	Semestrul II - <i>IInd Semester</i>	Semestrul I <i>Ist Semester</i>	Semestrul II <i>IInd Semester</i>		Iarnă <i>Winter</i>	Primăvară <i>Spring</i>	Vară <i>Summer</i>
Anul I <i>Ist Year</i>	01.09-24.12* 15 săptămâni	01.02-20.05* 15 săptămâni	07.10-24.01* (sistem modular)	02.03-20.06* (sistem modular)	-	25.12-07.01*	03.05-10.05**	01.07-31.08*
Anul II <i>IInd Year</i>	12.09-18.11** 15 săptămâni	-	05.10-22.01** (sistem modular)	24.05-18.06 (Susținerea tezelor de master)	Practica de specialitate 21.11-23.12** Practica de cercetare Februarie - mai	25.12-07.01**	25.04-02.05**	-

*Nota: datele, stipulate în calendarul universitar se referă la anul universitar 2020-2021

** Nota: datele, stipulate în calendarul universitar se referă la anul universitar 2021-2022

**PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE / ANI DE STUDII
PLAN OF THE PROCESS OF STUDY BY SEMESTERS / YEARS OF STUDY**

Cod <i>Code</i>	Denumirea unității de curs/modulului <i>Title of the course / module</i>	Total ore <i>Total number of hours</i>			Număr de ore pe tipuri de activități <i>Nr. of hours by types of activity</i>			Forma de evaluare <i>Form of evaluation</i>	Nr. credite <i>Nr. of credits</i>
		Total	Contact direct <i>Direct contact</i>	Studiu individual <i>Individual study</i>	C	S	L/P		
ANUL I // Ist YEAR									
SEMESTRUL I / Ist SEMESTER									
F.01.O.001	Economics managerial axat pe soluționarea problemelor (atelieri) <i>Economics Managerial based on Problem Solving (Workshops)</i>	150	50	100	20		30	Examen <i>Exam</i>	5
F.01.O.002	Modelarea proceselor de afaceri <i>Business Process Modeling</i>	150	50	100	20	30		Examen <i>Exam</i>	5
F.01.O.003	Metodologia și etica cercetării în științe economice <i>Methodology and Ethics of Research in Economic Sciences</i>	150	50	100	20	30		Examen <i>Exam</i>	5
F.01.O.004	Managementul strategic și strategia firmei <i>Strategic Management and Business Strategy</i>	150	50	100	20	30		Examen <i>Exam</i>	5
S.01.O.005	Studii analitice de marketing <i>Marketing Analytics</i>	150	40	110	16	24		Examen <i>Exam</i>	5
S.01.O.006	Operațiuni MSc, logistică și managementul lanțului de aprovizionare <i>MSc Operations, Logistics and Supply Chain Management</i>	150	40	110	16	24		Examen <i>Exam</i>	5
Total semestrul I / Total Ist semester		900	280	620	112	138	30	6	30
SEMESTRUL II / IInd SEMESTER									
F.02.O.007	Studii comparate: reglementări, politici, reforme și tendințe în management, marketing și logistică (atelieri) <i>Comparative studies: Reglementation, Policies, Reforms and Trends in Management, Marketing and Logistics (Workshops)</i>	150	50	100	20	30		Examen <i>Exam</i>	5
F.02.O.008	Managementul proiectelor <i>Project Management</i>	150	50	100	20	30		Examen <i>Exam</i>	5

F.02.O.009	Teoria deciziilor <i>Decisions Theory</i>	150	50	100	20	30		Examen <i>Exam</i>	5
S.02.O.010	Reglementarea mediului de afaceri și uzanțe comerciale în contracte internaționale <i>Regulation of the Business Environment and Commercial Usances in International Contracts</i>	150	40	110	16	24		Examen <i>Exam</i>	5
S.02.A.011	Strategii de marketing și planificare <i>Marketing Strategy and Planning</i>	150	40	110	16	24		Examen <i>Exam</i>	5
S.02.A.012	Proiect de consultanță în marketing <i>Marketing Consultancy Project</i>								
S.02.A.013	Strategii sustenabile pentru logistica afacerilor <i>Strategies for Sustainable Business Logistics</i>	150	40	110	16	24		Examen <i>Exam</i>	5
S.02.A.014	Strategia lanțului de aprovizionare și sustenabilitatea <i>Supply Chain Strategy and Sustainability</i>								
Total semestrul II / Total IInd Semester		900	270	630	108	162	-	6	30
Total anul I / Total Ist Year		1800	550	1250	220	300	30	12	60
ANUL II / IInd YEAR									
SEMESTRUL III / IIIrd SEMESTER									
S.03.O.015	Finanțarea antreprenorialului. Analiza economică a deciziilor manageriale <i>Entrepreneurial Financing. Economic Analysis of Managerial Decisions</i>	150	50	100	20	30		Examen <i>Exam</i>	5
S.03.O.016	Managementul inovațiilor și dezvoltarea de noi produse <i>Innovation Management and New Product Development</i>	150	50	100	20	30		Examen <i>Exam</i>	5
S.03.A.017	Business to Business marketing management: perspectiva globală <i>Business to Business Marketing Management: Global Perspective</i>	150	40	110	16	24		Examen <i>Exam</i>	5
S.03.A.018	Proiectarea și gestionarea comunicațiilor integrate de marketing <i>Designing and Managing Integrated Marketing Communications</i>								
S.03.A.019	Proiectarea rețelei de aprovizionare și logistică globală <i>Supply Network Design and Global Logistics</i>	150	40	110	16	24		Examen <i>Exam</i>	5
S.03.A.020	Analiza lanțului de aprovizionare și luarea deciziilor <i>Supply Chain Analysis and Decision-Making</i>								
	Stagii profesional <i>Internship</i>	300		300	72	108		Examen <i>Exam</i>	10
Total semestrul III / Total IIIrd Semester		900	180	720	72	108	-	5	30
SEMESTRUL IV / IVth SEMESTER									
	Cercetarea și elaborarea tezei de master <i>Research and Master Thesis Preparation</i>	900		900				Examen <i>Exam</i>	30
Total semestrul IV / Total IVth Semester		900		900				1	30
Total anul II / Total IInd Year		1800	180	1620	72	108	-	6	60
Total		3600	730	2870	292	408	30	18	120

**STAGIILE DE PRACTICĂ
FIELD EXPERIENCE**

Nr. d/o.	Stagiile de practică <i>Internship</i>	Sem.	Nr. săpt./ ore <i>No. weeks/h</i>	Perioada <i>Period</i>	Nr. de credite <i>No. of credits</i>
1	Stagiu profesional <i>Internship</i>	II	5/300	Noiembrie – decembrie <i>November - December</i>	10
Total			5/300		10

**DISCIPLINE LA LIBERA ALEGERE
COURSES FOR FREE CHOICE**

Nr. d/o	Denumirea disciplinei <i>Title of the discipline</i>	Anul <i>Year</i>	Sem.	Numărul ore săptămânal <i>Number of hours a week</i>			Forma de evaluare <i>Form of evaluation</i>	Nr. credite <i>Nr. of credits</i>
				P	S	L		
1	Managementul crizelor și situațiilor de risc. Riscul achizițiilor și gestionarea contractelor <i>Crisis and Risk Management. Procurement Risk and Contract Management</i>	I	I	2	1		Examen	5
2	Inovare, start-uri și capital de risc <i>Innovation, Startups and Capital Venture</i>	I	I	2	1		Examen	5
3	Valori, etică și diversitate în business <i>Values, Ethics and Diversity in Business</i>	I	II	2	1		Examen	5
4	Logistica și managementul lanțului de aprovizionare și livrare <i>E-Logistics and E-Supply Chain Management</i>	I	II	2	1		Examen	5
5	Inovații în logistica și tehnologii de management a lanțului logistic <i>Innovations in Logistics and Supply Chain Management Technologies</i>	I	II	2	1		Examen	5
6	Cercetarea comportamentului consumatorului <i>Consumer Behavior Research</i>	II	III	2	1		Examen	5
7	Brandingul produselor și serviciilor <i>Branding Product and Services</i>	II	III	2	1		Examen	5
8	Strategii de vânzare <i>Selling Strategy</i>	II	III	2	1		Examen	5
Total		8		16	8		8	40

**EXAMENE DE MASTER
MASTER DEGREE EXAM**

N.d/o	Denumirea activității / Activity	Perioada / Period
1.	Susținerea tezei de master: Cercetare teoretico-aplicată în Management, Marketing și Logistică <i>Master thesis: Theoretical Applied Research in Management, Marketing and Logistics</i>	Mai – iunie <i>May - June</i>

**SEMESTRUL COMPENSATOR PENTRU ABSOLVENȚII DE LA ALTE DOMENII DE STUDIU¹
COMPENSATORY SEMESTER FOR ABSOLVENTS FROM OTHER STUDY FIELDS**

Cod Code	Denumirea disciplinei <i>Title of the discipline</i>	Total ore <i>Total hours</i>		Numărul de ore pe săptămână <i>Number of hours a week</i>			Forma de evaluare <i>Form of evaluation</i>	Nr. credite <i>Nr. of credits</i>
		Contact direct <i>Direct contact</i>	Studiu individual <i>Individual study</i>	C	S	L		
F.01.O.001	Microeconomie <i>Microeconomics</i>	50	100	1	1		Examen	5
F.01.O.002	Fundamentele managementului <i>Fundamentals of Management</i>	50	100	1	1		Examen	5
F.01.O.003	Macroeconomie <i>Macroeconomics</i>	50	100	1	1		Examen	5

¹ Sunt propuse absolvenților de la alte domenii de studii, care optează pentru programul de master în Management, Marketing și Logistică. They are offered to graduates from other fields of study who opt for the master's program in Management, Marketing and Logistics

Cod Code	Denumirea disciplinei <i>Title of the discipline</i>	Total ore <i>Total hours</i>		Numărul de ore pe săptămână <i>Number of hours a week</i>			Forma de evaluare <i>Form of evaluation</i>	Nr. credite <i>Nr. of credits</i>
		Contact direct <i>Direct contact</i>	Studiu individual <i>Individual study</i>	C	S	L		
F.01.O.004	Fundamentele marketingului <i>Fundamentals of Marketing</i>	50	100	1	1		Examen	5
F.01.O.005	Bazele antreprenoriatului <i>Basic Knowledge of Entrepreneurship</i>	50	100	1	1		Examen	5
F.01.O.006	Fundamentele contabilității <i>Fundamentals of Accounting</i>	50	100	1	1		Examen	5
Total		300	600	6	6	-	6	30

PLANUL PENTRU MODULUL PSIHOPEDAGOGIC (SE SOLICITĂ SUPLIMENTAR)
PLAN FOR THE PSYCHOPEDAGOGIC MODULE (ADDITIONAL APPLICATION)

Cod Code	Denumirea unității de curs/modulului <i>Title of the course / module</i>	Total ore <i>Total number of hours</i>			Număr de ore pe tipuri de activități <i>Nr. of hours by types of activity</i>			Forma de evaluare <i>Form of evaluation</i>	Nr. credite <i>Nr. of credits</i>
		Total	Contact direct <i>Direct contact</i>	Studiu individual <i>Individual study</i>	C	S	L/P		
SEMESTRUL I / Ist SEMESTER									
F.03.O.001	Fundamente ale psihologiei <i>Basics of Psychology</i>	120	30	90	16	14		Examen <i>Exam</i>	4
F.03.O.002	Etica pedagogică <i>Ethics in Pedagogy</i>	90	30	60	16	14		Examen <i>Exam</i>	3
S.03.A.003	Psihologia vârstelor și a dezvoltării <i>Ages and Developmental Psychology</i>	120	30	90	16	14		Examen <i>Exam</i>	4
S.03.A.004	Psihologia personalității <i>Psychology of Personality</i>								
Total semestrul I / Total I Semester		330	90	240	48	42		3	11
SEMESTRUL II / IInd SEMESTER									
F.04.O.005	Pedagogie <i>Pedagogy</i>	120	30	90	16	14		Examen <i>Exam</i>	4
F.04.O.006	Educația incluzivă <i>Inclusive Education</i>	90	30	60	16	14		Examen <i>Exam</i>	3
S.04.A.007	Tehnologii educaționale <i>Educational Technologies</i>	90	30	60	16	14		Examen <i>Exam</i>	3
S.04.A.008	Teoria și metodologia curriculumului <i>Curriculum Theory and Methodology</i>								
	Practica pedagogică I – activități extracurriculare <i>Pedagogical practice I - extracurricular activities</i>	450		450				Examen <i>Exam</i>	15
Total semestrul II / Total IInd Semester		750	90	660	48	42		4	25
Total anul I / Total I Year		1080	180	900	96	84		7	36
SEMESTRUL III / IIIrd SEMESTER									
S.05.A.009	Teoria și metodologia evaluării <i>Evaluation Theory and Methodology</i>	90	30	60	16	14		Examen <i>Exam</i>	3
S.05.A.010	Managementul clasei <i>Class Management</i>								
S.05.A.011	Didactica generală și a specialității <i>General and specialty didactics</i>	180	60	120	30		30	Examen <i>Exam</i>	6
Total semestrul III / Total III Semester		270	90	180	46	14	30	2	9
SEMESTRUL VI / VIth SEMESTER									

Practica pedagogică 2 – activități curriculare <i>Pedagogical practice 2 - curricular activities</i>	450		450				Examen Exam	15
Total semestrul VI / Total VIth Semester	450		450				1	15
Total anul II / Total II Year	720	90	630	46	14	30	3	24
Total	1800	270	1530	142	98	30	10	60

PONDEREA UNITĂȚILOR DE CURS ÎN PLANUL DE ÎNVĂȚĂMÂNT
THE COMPONENTS' SHARE OF THE PROGRAM OF STUDY

Componente creditate	Plan-cadru (120 credite)				Plan de învățământ Masterat de profesionalizare Număr de credite
	Număr credite (minim-maxim)		De profesionalizare		
	Științifice	De profesionalizare	%	credite	
Unități de curs fundamentale (cod F)	35-45	40-54	20-30	24-36	35
Unități de curs de specializare (cod S)	20-30	24-36	35-45	40-54	45
Stagii de practică	8-12	6-10	8-12	6-10	10
Teza de master	20-30	24-36	20-30	24-36	30
Total	100	120	100	120	120

NOTĂ EXPLICATIVĂ

Concepția formării specialistului.

Programul de masterat este orientat spre pregătirea specialiștilor în domeniul Științe Economice.

Programul de masterat **Management, Marketing și Logistică**, cu durata studiilor de doi ani (patru semestre) și acumularea a 120 ECTS, este compus din unități de curs fundamentale concentrate în semestrul I pentru dezvoltarea abilităților de cunoaștere. Semestrul II cuprinde unități de curs orientate spre studierea politicilor și strategiilor specifice programului de masterat. Unitățile de curs din semestrul III sunt direcționate spre implementarea cunoștințelor bazate pe studierea modulelor de specializare funcțională și de ramură. Pentru aplicarea cunoștințelor teoretice în activitatea practică, studenții efectuează stagiul de practică, la finele semestrului trei. Finalizarea studiilor de masterat se axează pe elaborarea tezei de masterat, în baza stagiului de pregătire și susținere a tezei, efectuat în semestrul patru, care presupune inițial un workshop de definire a sarcinilor cercetării.

Misiunea și obiectivele programului de studiu

Programul de masterat **Management, Marketing și Logistică** a fost creat având drept scop posibilitatea participanților de a înțelege internaționalizarea întreprinderilor mici și mijlocii, dezvoltă înțelegerea și cunoștințele studenților din mediile de afaceri la nivel mondial, management strategic și inovare, precum și de gestionare a relațiilor publice în piețele internaționale, de a înțelege cum marketingul creează valoare companiei, posibilitatea de a fi capabil de a schița planuri de marketing și de a crea procese funcționale de marketing pentru a obține cunoștințe teoretice în logistica transportului, managementul transportului. Programul de master „**Managementul, Marketingul și Logistică**” oferă cursuri de bază, în care sunt incluse cercetarea în management și marketing strategic, managementul inovării, managementul proiectelor, marketing, comunicarea în management și marketing, teoria consumului și strategia de marketing, cât și alte subiecte ca managementul veniturilor, managementul creativității, managementul crizelor și situațiilor de risc, politica produsului și a brandului, sistemul de distribuție, marketingul intercultural, managementul lanțului de aprovizionare și managementul procesului de creare a valorii.

Titlul obținut de absolvent permite continuarea studiilor la ciclul III Doctorat.

Condiții de admitere

Accesul la studii în cadrul Programului de masterat **Management, Marketing și Logistică**, se va efectua în baza diplomei de licență la specialitățile domeniului general 041 Științe Economice. Deținătorii diplomelor de licență la alte specialități reale sau umaniste (drept, științe sociale și comportamentale, științe ale educației, asistența socială, filologie etc.) pot fi admiși la studii în cazul în care au acumulat 30 credite ECTS prevăzute în planurile de studii pentru ciclul licență la specialitățile domeniului general 041 Științe Economice, specificate în planul actual prin „...Prerechizit pentru absolvenții ciclului licență cu profil non-economic” sau în baza altui document adițional ce probează competențele economice ale candidatului.

Profilul ocupațional al absolventului

Programul de Masterat **Management, Marketing și Logistică** pregătește tinerii pentru o carieră în mediul de afaceri, antreprenoriat și business, și pentru a activa în întreprinderi de diferite structuri organizatorice, companii transnaționale; structuri economice, instituții de cercetare, centre de analiză și expertiză, în domeniul managementului, marketingului, logisticii, businessului și inovării. Absolventul programului de masterat va putea activa în calitate de manager, brand manager, manager de proiect, marketing manager, manager de produs, media consultant, PR manager, manager de distribuție, logistician, specialist în marketing, cercetător etc.

Metode de predare / învățare

În predare / învățare se pune accent pe strategiile didactice interactive, paradigmele activ-participative și interpretative, bazate pe principiile constructivismului și diferențierii pedagogice: deplasarea accentului de la activitatea de predare spre cea de învățare, centrată pe student; reconsiderarea rolului profesorului ca organizator și facilitator al procesului de învățare în care sunt implicați studenții; conștientizarea studenților cu privire la necesitatea participării active la planificarea și gestionarea propriului traseu educațional; diferențierea demersurilor didactice în raport cu diferitele stiluri de învățare. În conformitate cu aceste principii sunt utilizate *metode tradiționale*: expunerea didactică, conversația, metoda demonstrației, a observării, lucrul cu manuale și sursele bibliografice, analiza textului economic, exercițiu, algoritmizare, problematizare, *dar și moderne*: activitate în echipă, studiu de caz, metoda „știu – vreau să știu – am învățat”, simularea de caz / situație, interviu / argument în trepte, asociațiile libere, „piramida” etc.

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

Metode de evaluare

Aptitudinile și achizițiile de cunoștințe ale studenților-ciclului II la fiecare disciplină sunt evaluate pe parcursul semestrului prin aplicarea a două teste de verificare, și / sau prin întocmirea portofoliului, și / sau prin realizarea unui proiect, și / sau prin participarea la lecțiile practice și seminarii cu expuneri, în final fiind realizat un examen oral sau scris, eseuri, comunicări, prezentarea portofoliilor, examene open-book, examene scrise (teste grilă, studii de caz).

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

Studenții ciclului II pot prezenta probele de verificare a cunoștințelor în cadrul orelor de curs, precum și în orele suplimentare, prevăzute pentru consultații individuale, în conformitate cu planul individual al cadrului didactic. Acumularea de note pe parcursul semestrului și demonstrarea unei atitudini serioase față de formarea teoretică și practică la disciplină nu exclude parcurgerea examenului final de către studenți. Restanțele la disciplinele de studiu se susțin pe parcursul sesiunilor de reexaminare.

Promovarea la următorul an universitar se efectuează doar atunci, când studentul a validat toate cursurile din anii de studiu anteriori. Cu toate acestea, studentul care nu a validat complet un semestru (are nu mai mult de trei restanțe la planul de studiu), poate fi promovat condiționat, cu condiția susținerii restanțelor în cadrul sesiunilor de reexaminare. Numărul mare de restanțe poate servi drept temei pentru repetarea semestrului / a anului de studiu, sau pentru stoparea statutului de student. Pentru a fi admis la examenul de master, studentul trebuie să valideze complet planul de studii.

Pentru a căpăta titlul de master studentul trebuie să susțină teza de master, pentru care se alocă 30 credite, în total acumulând 120 de credite transferabile.

Finalități de studiu / Learning outcomes

La finalizarea acestui program de studii masterandul va fi capabil:

Upon completion of this study program the Master's student will be able:

K	Cunoștințe / Knowledge
1.1.	Să situeze în avangarda nivelului de cunoștințe specializate din domeniul managementului, marketingului și logisticii, ca bază a gândirii și/sau cercetării originale; să înțeleagă necesitatea de schimbare în domeniul managementului și marketingului contemporan; să comunice, motiveze pe alții, să construiască echipa și să se orienteze spre rezultate <i>To be at the forefront of specialized knowledge in the field of management, marketing and logistics, as the basis of original thinking and / or research; to understand the need for change in the field of contemporary management and marketing; to communicate, to motivate others, to build the team and to move towards results</i>
1.2.	Să conștientizeze critic impactul forțelor externe asupra domeniului managementului, marketingului și logisticii, inclusiv presiunile economice, schimbările sociale și culturale, cât și preocupările ce țin de mediu ambiant, ecologice și etice <i>To understand the critical impact of external forces in the field of management, marketing and logistics, including economic pressures, social and cultural change, environmental and ethical concerns</i>
1.3.	Să adapteze cunoștințe din managementul strategic, managementul inovațional, logistică și managementul lanțului de aprovizionare, strategic marketing management, management și marketing internațional din perspectiva soluționării problemelor <i>To adapt knowledge of strategic management, innovation management, logistics and supply chain management, strategic marketing management, international management and marketing from a problem-solving perspective</i>
S	Abilități / Skills
2.1.	Să dețină abilități specializate pentru rezolvarea problemelor în materie de cercetare și sau inovație în management, marketing și logistică, abilități tehnice, personale, interpersonale necesare pentru soluționarea problemelor complexe din domeniul de studiu <i>To have specialized skills to solve problems in research and/or innovation in management, marketing and logistics, technical, personal, interpersonal skills necessary to solve complex problems in the field of study</i>
2.2.	Să demonstreze o gama de abilități pentru dezvoltarea de noi cunoștințe teoretice și practice, proceduri de comunicare eficientă în strategii de mediere și negociere a conflictelor din domeniul managementului și

	marketingului strategic <i>To demonstrate a range of skills to develop new theoretical and practical knowledge, effective communication procedures in mediation and negotiation strategies in the field of strategic management and marketing</i>
2.3.	Să aplice abilitățile specializate și să integreze cunoștințele achiziționate în diferite domenii de muncă sau studiu <i>To apply specialized skills and integrate knowledge acquired in different areas of work or study</i>
C	Competențe / Competences
3.1.	Să gestioneze operațiunile complexe, imprevizibile și să utilizeze noi abordări strategice în procesul de muncă și sau de studiu <i>To manage complex, unpredictable operations and to use new strategic approaches to work and / or study</i>
3.2.	Să elaboreze și aplice mecanisme de analiză și revizuire a performanței strategice a echipelor și să formuleze modele academice relevante de gestiune a domeniului de referință. Să evalueze importanța monitorizării și analizei mediilor de marketing extern, rolul mixului de marketing în cadrul planului de marketing strategic și să demonstreze aplicarea sa în practică, implementarea strategiei de marketing și logisticii și crearea structurii organizaționale consistente cu planificarea marketingului strategic efektiv. <i>To develop and apply mechanisms to analyze and review the strategic performance of teams and to formulate relevant academic models of reference domain management. To evaluate importance of monitoring and analyzing the external marketing environments, the role of the marketing mix within the strategic marketing plan and demonstrate its application in practice, implementation of marketing strategy and logistics and the creation of organizational structure consistent with effective strategic marketing planning</i>
3.3.	Să determine modul în care cunoștințele practice obținute, competențele, abilitățile analitice pot fi aplicate efectiv pentru a fi implementate în businessul real, managementul și antreprenoriatul durabil, în cadrul unei serii de contexte de resort, eficientizând procesele decizionale ale managementului, marketingului durabil și sistemelor logistice etc. <i>To determine how practical knowledge, skills, analytical skills can be effectively applied to implement real-world business, management and sustainable entrepreneurship within a range of contexts streamlining management decision-making processes, sustainable marketing, logistics systems that streamline decision-making processes</i>

MATRICEA CORELĂRII FINALITĂȚILOR DE STUDIU A PROGRAMULUI CU CELE ALE UNITĂȚILOR DE CURS / MATRIX OF CORRELATION OF PROGRAM STUDY LEARNING OUTCOMES WITH ITS DISCIPLINES

Cod Code	Denumirea unității de curs Title of the course	Finalități de studii / Learning outcomes								
		de cunoștințe knowledge			de abilități skills			de competențe competencies		
		1.1.	1.2.	1.3.	2.1.	2.2.	2.3.	3.1.	3.2.	3.3.
F.01.O.001	Economics managerial axat pe soluționarea problemelor (atelieri) <i>Economics Managerial based on Problem Solving (Workshops)</i>	+		+				+	+	
F.01.O.002	Modelarea proceselor de afaceri <i>Business Process Modeling</i>	+		+				+	+	
F.01.O.003	Metodologia și etica cercetării în științe economice <i>Methodology and Ethics of Research in Economic Sciences</i>	+		+				+	+	
F.01.O.004	Managementul strategic și strategia firmei <i>Strategic Management and Business Strategy</i>	+		+				+	+	
S.01.O.005	Studiul analitic al marketingului <i>Marketing Analytics</i>			+	+					+
S.01.O.006	Operațiuni MSc, logistică și managementul lanțului de aprovizionare <i>MSc Operations, Logistics and Supply Chain Management</i>			+	+					+
F.02.O.007	Studii comparate: reglementări, politici, reforme și tendințe în management, marketing și logistică (atelieri) <i>Comparative studies: Reglementation, Policies, Reforms and Trends in Management, Marketing and Logistics (Workshops)</i>	+		+				+	+	
F.02.O.008	Managementul proiectelor <i>Project Management</i>	+		+				+	+	
F.02.O.009	Teoria deciziilor <i>Decisions Theory</i>	+		+				+	+	

S.02.O.010	Reglementarea mediului de afaceri și uzanțe comerciale în contracte internaționale <i>Regulation of the Business Environment and Commercial Usances in International Contracts</i>	+	+	+			+	+	+	
S.02.A.011	Strategie de marketing și planificare <i>Marketing Strategy and Planning</i>		+		+	+				+
S.02.A.012	Proiect de consultanță în marketing <i>Marketing Consultancy Project</i>		+		+	+				+
S.02.A.013	Strategii sustenabile pentru logistica afacerilor <i>Strategies for Sustainable Business Logistics</i>			+	+	+				+
S.02.A.014	Strategia lanțului de aprovizionare și sustenabilitatea <i>Supply Chain Strategy and Sustainability</i>			+	+	+				+
S.03.O.015	Finanțarea antreprenorialului. Analiza economică a deciziilor manageriale <i>Entrepreneurial Financing. Economic Analysis of Managerial Decisions</i>	+					+	+		+
S.03.O.016	Managementul inovațiilor și dezvoltarea de noi produse <i>Innovation Management and New Product Development</i>			+	+	+				+
S.03.A.017	Business to Business marketing management: perspectiva globală <i>Business to Business Marketing Management: Global Perspective</i>	+	+	+				+	+	+
S.03.A.018	Proiectarea și gestionarea comunicațiilor integrate de marketing <i>Designing and Managing Integrated Marketing Communications</i>	+	+	+				+	+	+
S.03.A.019	Proiectarea rețelei de aprovizionare și logistică globală <i>Supply Network Design and Global Logistics</i>	+	+	+				+	+	+
S.03.A.020	Analiza lanțului de aprovizionare și luarea deciziilor <i>Supply Chain Analysis and Decision-Making</i>	+	+	+				+	+	+
	Stagiu profesional <i>Internship</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Cercetarea și elaborarea tezei de master <i>Research and Master Thesis Preparation</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Aprobat la Ședința Catedrei
Șef catedră, Igor Balan



Aprobat la Consiliul Facultății
Decan, Valeriu Baeșu



Oficiul Suport Academic, ULIM
Director, Ludmila Zmuncila

