

MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA
Ministry of Education and Research of the Republic of Moldova
UNIVERSITATEA LIBERĂ INTERNAȚIONALĂ DIN MOLDOVA
Free International University of Moldova

“COORDONAT”

Ministerul Educației, Culturii și
Cercetării al Republicii Moldova

Nr. de înregistrare IPM-01-18853 din
09.03.2020

REAPROBAT

Senatul Universității Libere Internaționale din
Moldova, proces-verbal nr.8 din 13 mai 2020
Rector Ilian GALBEN

REAPROBAT

Senatul Universității Libere Internaționale din
Moldova, proces-verbal nr.8 din 28 mai 2024
Rector Ilian GALBEN



PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
pentru ciclul II, studii superioare de master

Nivelul calificării

Level of Qualification

Domeniul general de studiu

General Field of Study

Domeniul de formare profesională

Professional Training Field

Program de master

Master Program

Tipul programului de master

Type of Master's Program

Numărul total de credite de studiu

Number of Study Credits

Titlul obținut la finele studiilor

Title Awarded

Baza admiterii

Admission Requirements

Limba de instruire

Language of Instruction

Forma de organizare a învățământului

Form of Study

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

Masterat profesional (MP)

Professional Master (PM)

120 ECTS

Master în Științe Economice

Master of Economics

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

*Diploma of Bachelor's Degree or an equivalent document of
studies*

Română/rusă/engleză

Romanian / Russian / English

învățământ cu frecvență

Full-time learning

Înregistrat / *Registered:*
Agenția Națională de Asigurare a Calității în Educație și Cercetare
National Agency for Quality Assurance in Education and Research

Nr. / *No*

Din / of “ ” 2024

RESPONSABIL DE PROGRAM

Catedra Business, Marketing și Turism,

Facultatea Științe Economice

Proces verbal nr. 7 din 19.03 2024

Șef catedră [Signature] A. IACHIM

APROBAT

Consiliul pentru Asigurarea Calității, ULIM

Proces verbal nr. 8 din 26.05 2024

Președinte [Signature] A. CAUIA

AVIZAT

Comisia pentru Asigurarea Calității,

Facultatea Științe Economice

Proces verbal nr. 6 din 24.04 2024

Președinte [Signature] S. EFROS

APROBAT

Consiliul Facultății Științe Economice

Proces verbal nr. 8 din 24.04 2024

Decan [Signature] I. BALAN

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>	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>	02.09-20.12* 15 săptămâni	03.02-23.05* 15 săptămâni	13.01-30.01* 3 săptămâni	02.06-20.06* 3 săptămâni			25.12-07.01*	21.04-28.04**	01.07-31.08*
Anul II <i>IInd Year</i>	15.09-14.11** 10 săptămâni	-	11.01-23.01** 3 săptămâni	25.05-19.06 (Susținerea tezelor de master)	Practica de specialitate 17.11-19.12**	Practica de cercetare Februarie - mai	25.12-07.01**	06.04-12.05**	-
TOTAL nr. săptămâni	25 săptămâni	15 săptămâni	5 săptămâni	7 săptămâni	5 săptămâni	15 săptămâni	3 săptămâni	2 săptămâni	9 săptămâni

*Nota: datele, stipulate în calendarul universitar se referă la anul universitar 2024-2025

** Nota: datele, stipulate în calendarul universitar se referă la anul universitar 2025-2026

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>	Număr de ore <i>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. ECTS <i>Nr. of ECTS</i>
		Total <i>Total</i>	Contact direct <i>Direct contact</i>	Studiu individual <i>Individual study</i>	Curs	Seminar	Practică/de laborator		
ANUL I / Ist YEAR									
SEMESTRUL I / Ist SEMESTER									
F.01.O.001	Economics managerial axat pe soluționarea problemelor (atelier) <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	Studiul analitic al marketingului <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 (atelier) <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	Strategie 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>								
	Stagiu 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 Elaboration of the Master Thesis</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

FORMA DE EVALUARE FINALĂ A STUDIILOR
FINAL FORM OF STUDY EVALUATION

Nr.	Denumirea activității <i>Activity</i>	Perioada <i>Period</i>	Nr. ECTS <i>Nr. of ECTS</i>
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>	30

STAGIILE DE PRACTICĂ
FIELD EXPERIENCE

Nr.	Tipul stagiului de practică <i>Type of Internship</i>	An de studii <i>Year of Study</i>	Semestru <i>Semester</i>	Durăță (nr.sapt./nr.ore) <i>Duration (no. of weeks/no. of hours)</i>	Perioada desfășurării <i>Period of Implementation</i>	Nr. ECTS <i>Nr. of ECTS</i>
1	Stagiu profesional <i>Internship</i>	II	III	5/300	Noiembrie – decembrie <i>November - December</i>	10
Total				5/300		10

DISCIPLINE LA LIBERA ALEGERE
DISCIPLINES OF FREE CHOICE

Cod <i>Code</i>	Denumirea unității de curs/modulului <i>Title of the course / module</i>	Număr de ore <i>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. ECTS <i>Nr. of ECTS</i>
		Total	Contact direct <i>Direct contact</i>	Studiu individual <i>Individual study</i>	Curs	Seminar	Practice/de laborator		
ANUL I / Ist YEAR									
SEMESTRUL I / Ist SEMESTER									
S.01.A.001	Managementul crizelor și situațiilor de risc. Riscul achizițiilor și gestionarea contractelor <i>Crisis and Risk Management. Procurement Risk and Contract Management</i>	150	30	120	10		20	Examen <i>Exam</i>	5
S.01.A.002	Inovare, start-uri și capital de risc <i>Innovation, Startups and Capital Venture</i>	150	30	120	10		20	Examen <i>Exam</i>	5
SEMESTRUL II / IInd SEMESTER									
S.01.A.003	Valori, etică și diversitate în business <i>Values, Ethics and Diversity in Business</i>	150	30	120	10		20	Examen <i>Exam</i>	5
S.02.A.004	Logistica și managementul lanțului de aprovizionare și livrare <i>E-Logistics and E-Supply Chain Management</i>	150	30	120	10		20	Examen <i>Exam</i>	5
S.02.A.005	Inovații în logistica și tehnologii de management a lanțului logistic <i>Innovations in Logistics and Supply Chain Management Technologies</i>	150	30	120	10		20	Examen <i>Exam</i>	5
ANUL II / IInd YEAR									
SEMESTRUL III / IIIrd SEMESTER									
S.02.A.006	Cercetarea comportamentului consumatorului <i>Consumer Behavior Research</i>	150	30	120	10		20	Examen <i>Exam</i>	5
S.03.A.007	Brandingul produselor și serviciilor <i>Branding Product and Services</i>	150	30	120	10	20		Examen <i>Exam</i>	5
S.03.A.008	Strategii de vânzare <i>Selling Strategy</i>	150	30	120	10	20		Examen <i>Exam</i>	5
Total		1200	240	960	80	40	120	8	40

MINIMUM-UL CURRICULAR ÎNȚĂL, DE ORIENTARE CĂTRE ALT DOMENIU ¹
INITIAL CURRICULAR MINIMUM FOR ORIENTATION TOWARDS ANOTHER FIELD

Cod Code	Denumirea unității de curs/modulului Title of the course / module	Număr de ore Number of hours			Număr de ore pe tipuri de activități Nr. of hours by types of activity			Forma de evaluare Form of evaluation	Nr. ECTS Nr. of ECTS
		Total	Contact direct Direct contact	Studiu individu al Individual al study	Curs	Seminar	Practice/de laborator		
ANUL I / Ist YEAR									
SEMESTRUL 0 / 0 SEMESTER									
F.01.O.001	Microeconomie <i>Microeconomics</i>	150	50	100	20	30		Examen <i>Exam</i>	5
F.01.O.002	Fundamentele managementului <i>Fundamentals of Management</i>	150	50	100	20	30		Examen <i>Exam</i>	5
F.01.O.003	Macroeconomie <i>Macroeconomics</i>	150	50	100	20	30		Examen <i>Exam</i>	5
F.01.O.004	Fundamentele marketingului <i>Fundamentals of Marketing</i>	150	50	100	20	30		Examen <i>Exam</i>	5
F.01.O.005	Bazele antreprenoriatului <i>Basic Knowledge of Entrepreneurship</i>	150	50	100	20	30		Examen <i>Exam</i>	5
F.01.O.006	Fundamentele contabilității <i>Fundamentals of Accounting</i>	150	50	100	20	30		Examen <i>Exam</i>	5
	Total	900	300	600	120	180	-	6	30

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

Cod Code	Denumirea unității de curs/modulului Title of the course / module	Număr de ore Number of hours			Număr de ore pe tipuri de activități Nr. of hours by types of activity			Forma de evaluare Form of evaluatio n	Nr. ECTS Nr. of ECTS
		Total	Contact direct Direct contact	Studiu individual Individual study	Curs	Seminar	Practice/d		
ANUL I / Ist YEAR									
SEMESTRUL I / Ist SEMESTER									
F.03.O.001	Fundamente ale psihologiei <i>Basics of Psychology</i>	120	30	90	16	14		Examen	4
F.03.O.002	Etica pedagogică <i>Ethics in Pedagogy</i>	90	30	60	16	14		Examen	3
S.03.A.003	Psihologia vârstelor și a dezvoltării <i>Ages and Developmental Psychology</i>	120	30	90	16	14		Examen	4
S.03.A.004	Psihologia personalității <i>Psychology of Personality</i>								
F.04.O.005	Pedagogie <i>Pedagogy</i>	120	30	90	16	14		Examen	4
	Total sem. 1	450	120	330	64	56		4	15
SEMESTRUL II / IInd SEMESTER									
F.04.O.006	Educația incluzivă <i>Inclusive Education</i>	90	30	60	16	14		Examen	3
S.04.A.007	Tehnologii educaționale <i>Educational Technologies</i>	90	30	60	16	14		Examen	3
S.04.A.008	Teoria și metodologia curriculumului <i>Curriculum Theory and Methodology</i>								
S.05.A.009	Teoria și metodologia evaluării <i>Evaluation Theory and Methodology</i>	90	30	60	16	14		Examen	3
S.05.A.010	Managementul clasei <i>Class Management</i>								

¹ Sunt propuse absolvenților de la alte domenii de studii, care optează pentru programul de master / They are offered to graduates from other fields of study who opt for the master's program

	Practica pedagogică 1 – activități extracurriculare <i>Pedagogical practice 1 - extracurricular activities</i>	450		450				Examen	15
	Total sem. 2	720	90	630	48	42		4	30
	Total anul I	1170	210	960	112	98		8	45
ANUL II / IInd YEAR									
SEMESTRUL III / IIIrd SEMESTER									
S.05.A.011	Didactica generală și a specialității <i>General and specialty didactics</i>	180	60	120	30		30	Examen	5
	Practica pedagogică 2 – activități curriculare <i>Pedagogical practice 2 - curricular activities</i>	450		450				Examen	10
	Total sem. 3	630	60	570	30		30	2	15
	Total anul II	630	60	570	30		30	2	15
	Total	1800	270	1530	142	98	30	10	60

REZULTATELE ÎNVĂȚĂRII/ LEARNING OUTCOMES AND COMPETENCIES

Rezultatele învățării se vor realiza prin valorificarea conținutului unităților de curs, dar și prin utilizarea adecvată a activităților de predare - învățare - cercetare - evaluare. La finalizarea studiilor studentul va dezvolta următoarele competențe:

Competențe conform standardului ocupațional/ standardului de competență	Rezultate ale învățării conform nivelului 7 CNC Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:	CUNOȘTIȘTE (K)	APTITUDINI (S)	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE (RA) Utilizează instrumentele analitice și tehnicile creative pentru soluționarea problemelor.	Nivelul minim de competență necesar de atins/demonstrat
COMPETENȚE GENERALE (CG)					
CG 1. Aplicarea mecanismelor economice și a conceptelor majore ale economiei / <i>Applying Economic Mechanisms and Major Concepts of economics</i>	- elabora strategii organizaționale potrivite, utilizând mecanismele și conceptele economice la nivel profundat.	K1. Teorii avansate în domeniul economic K2. Mecanisme economice și principii de funcționare K3. Metode de creștere economică K4. Tendințe în procesul creșterii și dezvoltării economice contemporane	S1. Prezintă o înțelegere adecvată a conținutului teoriilor economice avansate. S2. Selectează teoriile potrivite pentru analiză și cercetarea fenomenelor economice. S3. Determină costurile creșterii economice. S4. Identifică tendințele privind creșterea economică în baza fenomenelor analizate.	Absolventul prezintă cunoștințe profunde și complexe ale mecanismelor și conceptelor economice, aplicându-le în activitatea de conducere.	Absolventul - descrie abordările de bază ale teoriilor avansate din domeniul economic - distinge mecanismele economice și principiile lor de funcționare în baza situațiilor din mediul real interpretează tendințele de creștere și dezvoltare economică
CG 2. Organizarea activității conform cadrului juridic aferent afacerilor / <i>Organizing Activities in Accordance with the Legal Framework Applicable to Business</i>	- identifica cadrul juridic aferent afacerilor, atât în etapa de inițiere, cât și în cea de dezvoltare a activității.	K1. Cadrul normativ de bază și secundar național în domeniul economic și de afaceri K2. Cadrul de reglementare a relațiilor economice interstatale K3. Strategii, foi de parcurs, analize, studii în domeniul economic și de afaceri K4. Standardele și procedurile specifice privind desfășurarea activităților	S1. Prezintă o înțelegere clară și corespunzătoare a cadrului normativ de bază și secundar național și internațional în domeniul economic și de afaceri. S2.. Analizează critic fapte/situații/informații. S3. Determină activitățile de implementare a standardelor și procedurilor în corespundere cu normele legale naționale și internaționale.	Absolventul este responsabil pentru respectarea integrală personală și de către echipă a cadrului normativ național și internațional aferent activității economice desfășurate.	Absolventul - descrie principalele elemente ale cadrului normativ și ale altor documente strategice relevante - relaționează/ corelează/ajustează după caz obiectivele organizaționale cu cele de nivel național în baza

		economice, inclusiv de achiziții	S4. Aplică corespunzător cadrul normativ aferent afacerilor.		strategiilor, analizelor și studiilor examinate implementează în activitatea de conducere standardele și procedurile specifice
CG 3. Analiza datelor și informațiilor din diverse domenii funcționale ale afacerilor / <i>Analysis of Data and Information from Various Functional Areas of Business</i>	- utiliza tehnici și instrumente specifice pentru colectarea, analiza și interpretarea datelor și informațiilor în scopul luării deciziilor de afaceri.	K1. Tipuri de date și metode de structurare a datelor K2. Baze de date și business intelligence K3. Modele computerizate de analiză a datelor calitative K4. Metodologia cercetării sociale K5. Serii de timp și previziune	S1. Identifică datele necesare și le structurează conform necesităților de analiză. S2. Colectează și integrează datele în sisteme de prelucrare pentru ulterioara analiză. S3. Stabilește trenduri și co-dependențele necesare. S4. Consultă/ghidează colegii în realizarea proiectului de analiză. S5. Aplică instrumente specifice metodologiei sociale de cercetare.	Absolventul coordonează procesul de sistematizare și analiză a datelor prin aplicarea diverselor instrumente și platforme de prelucrare în vederea eficientizării proceselor de lucru.	Absolventul -identifică datele și le structurează în dependență de scopul analizei -operează cu sisteme de business intelligence în selectarea bazelor de date necesare utilizează diverse platforme computerizate pentru analiza datelor.
CG 4. Luarea deciziilor pentru rezolvarea și identificarea soluțiilor optime / <i>Decision Making for Optimal Solutions</i>					
CG 5. Respectarea principiilor de etică profesională / <i>Adherence to Professional Ethics Principles</i>	- identifica principiile și normele codului de etică și conduită profesională în interacțiunile cu angajații, partenerii și autoritățile.	K1. Principiile și normele de bază ale eticii profesionale K2. Concepte centrale în deontologie K3. Standarde etice profesionale K4. Codul profesional K5. Etica în afaceri K6. Comunicarea și negocierea în afaceri K7. Inteligența emoțională în afaceri	S1. Aplică principiile și normele eticii profesionale în activitate. S2. Respectă standardele eticii profesionale. S3. Argumentează importanța respectării codului profesional de către angajați. S4. Formulează propuneri privind formarea și dezvoltarea culturii organizaționale în corespundere cu misiunea, viziunea și obiectivele strategice. S5. Aplică metode și tipuri de comunicare proprii situațiilor de lucru și interacțiunii cu alți actori. S6. Selectează tehnicile de negocieri specifice situației și obiectivelor stabilite. S7. Analizează diverse metode și instrumente de inteligență emoțională în activitatea de conducere.	Absolventul este responsabil pentru respectarea principiilor și standardelor de etică profesională în raport cu toți actorii relevanți.	Absolventul - prezintă normele și principiile eticii profesionale; - demonstrează cunoașterea standardelor etice profesionale; - practică comunicare eficientă și tehnici de negociere potrivite.
CG 6. Elaborarea și implementare	- identifica principiile și normele	K1. Cadrul normativ în domeniul	S1. Aplică cadrul normativ în domeniul dezvoltării durabile.	Absolventul poartă responsabilitate pentru respectarea legislației	Absolventul - demonstrează înțelegerea

<p>a strategiilor în vederea asigurării dezvoltării durabile / <i>Developing and Implementing Sustainable Development Strategies</i></p>	<p>codului de etică și conduită profesională în interacțiunile cu angajații, partenerii și autoritățile.</p>	<p>dezvoltării durabile național și internațional. K2. Concept, principii și programe de responsabilitate socială corporativă. K3. Procese de lucru prietenoase mediului. K4. Evaluarea impactului asupra mediului. K5. Mecanisme economice de mediu.</p>	<p>S2. Formulează propuneri privind activitățile de dezvoltare a programelor de responsabilitate socială corporativă. S3. Identifică practici de implementare în activitatea economică a proceselor prietenoase mediului. S4. Examinează procesul de evaluare a impactului asupra mediului. S5. Determină mecanisme economice de mediu.</p>	<p>de mediu în activitatea organizației prin implementarea setului de instrumente, modele și principii specifice.</p>	<p>cadrelor normativ din domeniu și a mecanismelor economice aferente; - elaborează programe de RSC în baza principiilor specifice; - alege procese de lucru prietenoase mediului.</p>
<p>COMPETENȚE PROFESIONALE (CP)</p>					
<p>CP 1. Elaborarea și implementare a unui sistem managerial eficient / <i>Developing and Implementing an Efficient Management System</i></p>	<p>- identifica instrumente manageriale avansate, abordări inovatoare, în vederea eficientizării activității organizației</p>	<p>K1. Esența și caracteristicile fundamentale ale procesului de conducere K2. Conținutul și caracteristicile constructive și funcționale ale funcțiilor de conducere K3. Metodele și instrumentele de aplicare a funcțiilor de conducere în organizație K4. Tipuri de manageri și stiluri de management K5. Esența și structura proceselor operaționale în cadrul organizației K6. Caracteristicile funcțiilor organizaționale</p>	<p>S1. Identifică instrumente manageriale avansate utilizate în domeniul specific ale afacerilor. S2. Examinează procesul de conducere operațională a managerilor. S3. Analizează critic metodele și instrumentele pentru exercitarea eficace a funcțiilor de conducere. S4. Determină structuralitatea organizației în funcție de obiectivele strategice urmărite. S5. Evaluează stiluri de conducere în funcție de situațiile constatate. S6. Evaluează utilizarea funcțiilor organizaționale prin metode de evaluare și control critic-constructiv, operativ și complex. S7. Evaluează riscurile și beneficiile asociate cu implementarea unor abordări inovatoare în cadrul organizației.</p>	<p>Absolventul este responsabil de aplicarea funcțiilor de conducere utilizând în mod autonom instrumentele și metodele potrivite și/ sau prin delegarea acestora managerilor din subordine.</p>	<p>Absolventul - explică caracteristicile și procesul de conducere prin funcțiile și funcțiunile specifice selectează metode și instrumente proprii funcțiilor de conducere, corespunzătoare situației explică stilurile de conducere și situațiile specifice pentru aplicarea acestora explică structura proceselor operaționale</p>
<p>CP 2. Identificarea obiectivelor strategice și indicatorilor de performanță / <i>Identifying Strategic Objectives and Performance Indicators</i></p>	<p>- efectua analize complexe ale mediului de afaceri și evalua opțiuni strategice pentru optimizarea performanței organizaționale. - planifica proiecte de complexitate ridicată, lucrând în</p>	<p>K1. Caracteristicile factorilor mediului intern și extern K2. Metode actuale/moderne de analiză ale mediului intern și extern K3. Principiile de identificare și formulare a obiectivelor strategice și strategiilor de afaceri K4. Tipurile de strategii organizaționale K5. Modele de</p>	<p>S1. Realizează analiza factorilor mediului intern și extern. S2. Sintetizează rezultatele analizei. S3. Formulează obiectivele strategice și elaborează strategiile de afaceri corespunzătoare. S4. Identifică modele de afaceri potrivite în baza analizelor realizate. S5. Elaborează și prezintă modele de afaceri. S6.</p>	<p>Absolventul își asumă responsabilitatea pentru amploarea și veridicitatea analizelor realizate și desfășoară activitatea de cercetare autonom sau cu echipa.</p>	<p>Absolventul -aplică metode de evaluare a mediului intern și extern; -formulează strategii și obiective strategice corespunzătoare; -explică esența modelelor de afaceri și argumentează selectarea modelului cel mai potrivit; -elaborează și prezintă 1 model de afaceri;</p>

	echipă și respectând cerințele stabilite.	afaceri K6. Tipuri de indicatori de performanță relevanți pentru o entitate economică	Determină/stabilește indicatori de performanță generali și specifici în corespundere cu obiectivele strategice stabilite.		determină indicatorii de performanță de bază pentru o entitate economică și explică semnificația rezultatelor
CP 3. Coordonarea activităților operaționale / <i>Coordination of Operational Activities</i>	- analiza activitățile operaționale pentru a asigura respectarea standardelor de calitate și a optimiza procesele în cadrul organizației.	K1. Managementul proceselor de business K2. Metode de analiză diagnostică a proceselor de lucru și indicatorii specifici utilizați K3. Instrumente de analiză cost-beneficiu, de impact și de gestionare a riscurilor K4. Metode specifice de optimizare pentru diverse compartimente ale organizației (de ex: inginerie; reinginerie; reproiectare; îmbunătățire continuă (IPC); Lean Six Sigma, benchmarking; ABC, (Activity Based Costing); analiza costurilor funcționale (ASF); soluții software, TQM (managementul calității totale)) K5. Elementele sistemului de calitate și elementele sistemului de conducere a calității definite de standardul ISO 9001 conform ciclului P E VA (Planifică, execută, verifică, acționează) K6. Standardele și politicile în domeniul calității corelate cu domeniul de activitate al entității K7. Procedurile sistemului calității, procedurile interne privind asigurarea calității	S1. Determină activitățile de gestionare a proceselor de lucru în corespundere cu obiectivele strategice. S2. Aplică metode de diagnostic potrivite a proceselor de lucru în vederea identificării punctelor slabe și a zonelor care necesită de optimizare. S3. Realizează și examinează analizele cost- beneficiu ale soluțiilor de optimizare identificate. S4. Analizează procesul de implementare a planului de optimizare, inclusiv cu integrarea soluțiilor software. S5. Formulează propuneri privind politicile de prevenire în vederea monitorizării procesului de asigurare a calității. S6. Stabilește acțiuni de supraveghere și de evaluare a proceselor de producție în raport cu obiectivele și standardele prestabilite. S7. Evaluează realizarea procedurii de audituri intern și extern. S8. Examinează rapoarte de audit interne și externe privind asigurarea calității.	Absolventul coordonează desfășurarea activităților operaționale conform obiectivelor stabilite și monitorizează procesul de asigurare a calității utilizând procedurile specifice în colaborare cu echipa.	Absolventul prezintă o analiză diagnostică a proceselor de lucru prin aplicarea metodelor potrivite realizează estimările necesare utilizând indicatorii specifici prezintă planul optimizării proceselor de lucru și argumentează selectarea metodelor potrivite pentru optimizare. Absolventul demonstrează cunoașterea elementelor cheie și procedurilor specifice ale sistemului de calitate definite de standardul ISO 9001
CP 4. Asigurarea calității proceselor/ produselor/ serviciilor / <i>Ensuring the Quality of Processes/Products/Services</i>					
CP 5. Managementul bugetelor și finanțelor / <i>Budget and Finance</i>	- efectua analize financiare complexe și identifica metode	K1. Legislația în domeniul financiar și cadrul normativ relevant pentru gestionarea bugetelor și	S1. Întocmește bugete în corespundere cu prevederile cadrului normativ și obiectivele întreprinderii. S2. Identifică și	Absolventul poate gestiona resursele financiare în mod autonom și/sau în colaborare cu managerii din	Absolventul prezintă bugetul pentru realizarea unui proiect și indicatorii de monitorizare și

<i>Management</i>	potrivite de gestiune a resurselor financiare.	finanțelor K2. Mediul financiar al întreprinderii K3. Tipurile de resurse financiare și Fluxuri financiare K4. Indicatorii financiari și metodele de determinare și analiză K5. Tipuri de bugete și principiile de întocmire	calculează necesarul de resurse financiare pentru asigurarea activității întreprinderii. S3. Analizează procesul de gestionare a resurselor și relațiile financiare. S4. Analizează indicatorii financiari și aprobă decizii corespunzătoare.	subordine.	control
CP 6. Managementul resurselor umane / <i>Human Resources Management</i>	- analiza practici și strategii potrivite pentru a asigura alinierea resurselor umane cu obiectivele organizațional e.	K1. Etapele managementului resurselor umane, politica de personal și cultura organizațională K2. Legislația cu referire la resursele umane K3. Strategii de resurse umane K4. Managementul comunicațiilor K5. Evaluarea economică a performanțelor resurselor umane K6. Dezvoltarea și menținerea resurselor umane	S1. Aplică corespunzător prevederile cadrului normativ juridic în domeniul resurselor umane. S2. Formulează propuneri privind elaborarea și implementarea politicii de personal și elementele culturii organizaționale. S3. Aplică sisteme de comunicare corespunzătoare cu resursele umane. S4. Analizează diverse metode de evaluare a performanțelor resurselor umane. S5. Selectează practicile de dezvoltare și menținere a resurselor umane.	Absolventul poate desfășura activități de gestiune a resurselor umane și coordona implementarea politicilor de personal aprobate.	Absolventul prezintă planul de gestiune a resurselor umane în baza obiectivelor organizaționale stabilite și situației pe piața muncii din Republica Moldova.
CP 7. Organizarea activităților de marketing / <i>Organizing marketing activities</i>	- realiza analize avansate ale pieței și elabora strategii de marketing pentru a sprijini creșterea și poziționarea competitivă a organizației.	K1. Fazele și procesele cercetării pieței K2. Metode primare și secundare de cercetare a pieței K3. Metode de colectare și achiziție de date K4. Metode și proceduri de testare K5. Analiza și raportarea datelor K6. Strategii de marketing	S1. Aplică metode potrivite pentru cercetarea pieței. S2. Examinează și interpretează rezultatele/rapoartele cercetărilor de piață. S3. Identifică și aplică strategii de marketing potrivite. S4. Identifică și analizează diverse strategii de marketing.	Absolventul coordonează activitatea de cercetare a pieței și asigură implementarea strategiilor împreună cu echipa.	Absolventul prezintă o analiză a rezultatelor cercetării de piață argumentează strategia de marketing selectată prin indicatorii de rezultat și eficiență/eficacitate.
CP 8. Oferirea de consultanță cu privire la soluțiile de eficientizare a proceselor de afaceri / <i>Offering consultancy on business process optimization solutions</i>	- analiza procesele de afaceri și oferirea consultanței în ceea ce privește soluțiile adecvate de optimizare a activității.	K1. Competențele consultantului și procesul de consultanță K2. Etapele procesului de consultanță și modul în care acestea sunt aplicate în mediul de afaceri. K3. Modele de business în consultanță și cu modalitățile de aplicare a acestora K4. Codul deontologic al	S1. Analizează activitatea de consultanță/ expertiză în corespundere cu procedurile specifice și cu standardele profesionale. S2. Identifică metode și instrumente potrivite pentru expertizare. S3. Întocmește rapoarte comprehensive și imparțiale de analiză, sintetizând și expertiză, evidențiind concluziile și recomandările relevante.	Absolventul poate realiza activități de consultanță, expertiză economică și de afaceri în mod autonom sau în colaborare cu membrii echipei/grupului de lucru.	Absolventul demonstrează cunoștințe aprofundate a cadrului normativ internațional și național în domeniul economic și de afaceri; -prezintă analiza și sinteza unui document de politici economice/ plan de dezvoltare a afacerii, și formulează recomandări bine

		consultantului/expertului în domeniul afacerilor și managementului.	S4. Calculează indicatorii și determină criteriile de eficiență a cadrului normativ și/sau a afacerii. S5. Dezvoltă, propune și argumentează prognoze, scenarii și strategii pe termen scurt, mediu și lung pentru dezvoltarea eficientă a afacerii S6. Aplică corespunzător prevederile codului deontologic al consultantului/expertului.		argumentate.
CP 9. Implementare a schimbărilor organizaționale / <i>Implementing Organizational Changes</i>	- identifica și prezenta diverse strategii și metode pentru a implementa schimbările organizaționale.	K1. Abordări conceptuale ale schimbării, restructurării și transformării organizaționale K2. Strategii, tipuri și modele specifice proceselor de schimbare, transformare și restructurare organizațională K3. Etapele de implementare specifice K4. Metode de depășire a rezistenței la schimbare K5. Indicatori de eficiență și eficacitate specifice proceselor de schimbare, transformare și restructurare organizațională	S1. Identifică strategii de schimbare, restructurare și /sau transformare organizațională. S2. Analizează implementarea procesului identificat de schimbare, restructurare sau transformare organizațională. S3. Examinează rapoarte de progres ale implementării procesului selectat. S4. Propune metode de depășire a rezistenței la schimbare din partea echipei.	Absolventul poartă responsabilitatea pentru implementarea modelului selectat și aprobat, ținând cont de principiile sustenabilității prin coordonarea proceselor de comun cu echipa.	Absolventul demonstrează înțelegerea metodelor aplicate pentru depășire a rezistenței la schimbare prezintă un plan de implementare și evaluare a schimbărilor organizaționale inclusiv de depășire a riscurilor aferente.
CP 10. Restructurarea și transformarea sustenabilă a afacerii / <i>Restructuring and Sustainable Business Transformation</i>					
CP 11. Proiectarea și realizarea cercetărilor științifice/ <i>Designing and Conducting Scientific Research</i>	- aplica creativ metode de cercetare științifică pentru soluționarea unor probleme complexe în domeniul administrării afacerilor.	K1. Procesul de cercetarea științifică K2. Metode de analiză calitativă și cantitativă de cercetare K3. Tehnici de documentare bibliografică K4. Regulile de scriere și redactare academică K5. Forme de valorificare a rezultatelor cercetării științifice K6. Etica cercetării științifice	S1. Aplică avansat metode, tehnici, procedee și instrumente de cercetare. S2. Aplică procedeele eficiente de documentare bibliografică. S3. Planifică cercetarea, determină instrumentarul metodologic de cercetare, formulează ipoteze, scopul, obiectivele, concluzii și recomandări. S4. Demonstrează capacitatea de a expune verbal și scris concluzii și rezultate ale cercetării. S5. Susține discursuri, comunicări științifice. S6. Participă la discuții și dezbateri pe probleme științifice.	Absolventul aplică gândirea critică, metodele de cercetare, principiile de etică și raționament profesional în realizarea activității științifice.	Absolventul participă la elaborarea proiectelor de cercetare.

			S7. Respectă normelor etice la toate etapele de realizare a cercetării științifice.		
--	--	--	---	--	--

MATRICEA CORELĂRII REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII ALE PROGRAMULUI CU CELE ALE UNITĂȚILOR DE CURS

CORRELATION MATRIX OF THE PROGRAM LEARNING OUTCOMES WITH THOSE OF THE COURSE UNITS

Denumirea unității de curs/modulului <i>Title of the course/module</i>	Cod/ <i>Code</i>	Nr. ECTS <i>Nr. of ECT</i>	Rezultatele învățării <i>Learning Outcomes</i>																	
			CG1	CG2	CG3	CG4	CG5	CG6	CP1	CP2	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP9	CP10	CP11	
Economics managerial axat pe soluționarea problemelor (atelier) <i>Economics Managerial based on Problem Solving (Workshops)</i>	F.01.O.001	5	+	+	+	+														
Modelarea proceselor de afaceri <i>Business Process Modeling</i>	F.01.O.002				+	+			+				+	+	+	+	+	+		
Metodologia și etica cercetării în științe economice <i>Methodology and Ethics of Research in Economic Sciences</i>	F.01.O.003	5	+				+													+
Managementul strategic și strategia firmei <i>Strategic Management and Business Strategy</i>	F.01.O.004	5	+					+	+						+					
Studiul analitic al marketingului <i>Marketing Analytics</i>	S.01.O.005	5	+					+	+						+					
Operațiuni MSc, logistică și managementul lanțului de aprovizionare <i>MSc Operations, Logistics and Supply Chain Management</i>	S.02.O.006	5		+	+			+	+	+						+				
Studii comparate: reglementări, politici, reforme și tendințe în management, marketing și logistică (atelier) <i>Comparative studies: Reglementation, Policies, Reforms and Trends in Management, Marketing and Logistics (Workshops)</i>	F.02.O.007	5		+	+	+			+	+			+							
Managementul proiectelor <i>Project Management</i>	F.02.O.008	5	+						+	+	+	+				+	+	+		
Teoria deciziilor <i>Decisions Theory</i>	F.02.O.009	5	+		+	+					+	+								
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.O.010	5		+	+				+	+						+	+			
Strategie de marketing și planificare	S.02.A.011	5	+					+	+						+					

<i>Marketing Strategy and Planning</i>																				
Proiect de consultanță în marketing <i>Marketing Consultancy Project</i>	S.02.A.012	5	+						+	+	+	+				+	+	+	+	
Strategii sustenabile pentru logistica afacerilor <i>Strategies for Sustainable Business Logistics</i>	S.02.A.013	5	+						+	+						+				
Strategia lanțului de aprovizionare și sustenabilitatea <i>Supply Chain Strategy and Sustainability</i>	S.02.A.014	5	+						+	+						+				
Finanțarea antreprenoriatului. Analiza economică a deciziilor manageriale <i>Entrepreneurial Financing. Economic Analysis of Managerial Decisions</i>	S.03.O.015	5		+	+	+										+	+	+		
Managementul inovațiilor și dezvoltarea de noi produse <i>Innovation Management and New Product Development</i>	S.03.O.016	5		+			+	+	+	+	+	+				+	+			
Business to Business marketing management: perspectiva globală <i>Business to Business Marketing Management: Global Perspective</i>	S.03.A.017	5	+							+	+					+				
Proiectarea și gestionarea comunicațiilor integrate de marketing <i>Designing and Managing Integrated Marketing Communications</i>	S.03.A.018	5	+							+	+	+	+				+	+	+	+
Proiectarea rețelei de aprovizionare și logistică globală <i>Supply Network Design and Global Logistics</i>	S.03.A.019	5	+							+	+	+	+				+	+	+	+
Analiza lanțului de aprovizionare și luarea deciziilor <i>Supply Chain Analysis and Decision-Making</i>	S.03.A.020	5	+		+	+						+	+							
Stagiu profesional <i>Internship</i>		10								+	+	+	+			+	+	+	+	+
Cercetarea și elaborarea tezei de master <i>Research and Elaboration of the Master Thesis</i>		30	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

**NOTĂ EXPLICATIVĂ
EXPLANATORY NOTE**

Descrierea programului de studii (prezentarea succintă a profilului specialității/programului de master, precum și a domeniului de formare profesională și domeniului general de studiu)

Programul de master *Management, Marketing și Logistică* este orientat spre pregătirea specialiștilor în domeniul general de studiu – *041 Științe Economice, domeniile de formare profesională – 0413 Business și administrare. 0414 Marketing.*

Programul de master *Management, Marketing și Logistică* vine ca răspuns la această cerere, urmărind formarea specialiștilor care să poată înțelege și gestiona problemele cu care se confruntă firmele într-un context dinamic, prin oferirea acelor competențe și abilități care să permită reacții în timp real la situații dificile, în mediul turbulent de astăzi, expertiză în gestiunea resurselor organizațiilor, spirit antreprenorial, flexibilitate, capacitatea de a relaționa. Evoluția și dezvoltarea managementului, marketingului, logisticii, precum și patrunderea acestuia în toate domeniile economice, precum și în cele

noneconomice relevă importanța sa ca știința și rolul deosebit pe care îl are în condițiile actuale pe piață. Rolul marketingului în economia de piață este incontestabil. Marketingul unește cele două funcții fundamentale ale societății, producția și consumul, îndreptând activitatea economică spre satisfacerea necesităților consumatorului. Prin marketing se asigură informațiile necesare cunoașterii pieței racordând potențialul firmei la cerințele beneficiarilor. Programul de pregătire include și o componentă de acumulare a cunoștințelor privind cercetarea în domeniul managementului organizațiilor, ceea ce va face accesibile posturile din companiile de consultanță în afaceri dar și posturile din cercetarea universitară. Continuarea pregătirii cu realizarea unui doctorat va fi o opțiune la îndemâna absolvenților cu rezultate remarcabile în activitatea de cercetare pe perioada studiilor. Prin programul de master Management, Marketing și Logistică studenții sunt pregătiți pentru asumarea, la „entry level”, a responsabilităților specifice job-urilor: market analyst, traffic manager, asistent manager de produs, ofițer de relații publice, coordonator de vânzări, junior strategic planner, media planner, account manager, consilier de marketing, brand manager assistant, account executive ș.a.

Program Description (brief presentation of the specialty/master's program profile, as well as the professional training field and general study area)

The Master's program Management, Marketing, and Logistics is designed to prepare specialists in the general field of study – 041 Economic Sciences, with professional training areas in 0413 Business and Administration and 0414 Marketing. The Master's program Management, Marketing, and Logistics responds to this demand by aiming to train specialists who can understand and manage the challenges faced by companies in a dynamic context. It provides the necessary competencies and skills to allow real-time reactions to difficult situations in today's turbulent environment, expertise in managing organizational resources, entrepreneurial spirit, flexibility, and the ability to build relationships.

The evolution and development of management, marketing, and logistics, as well as their penetration into all economic and non-economic fields, highlight their importance as sciences and the significant role they play in the current market conditions. The role of marketing in a market economy is undeniable. Marketing unites the two fundamental functions of society, production, and consumption, directing economic activity toward meeting consumer needs. Through marketing, the necessary information for understanding the market is provided, aligning the company's potential with the demands of its beneficiaries.

The training program also includes a component for accumulating knowledge in organizational management research, making positions in business consulting companies and university research accessible. Continuing education through a doctoral program will be an option available to graduates with outstanding research achievements during their studies.

Through the Master's program Management, Marketing, and Logistics, students are prepared to assume, at the "entry level," the specific responsibilities of jobs such as market analyst, traffic manager, product manager assistant, public relations officer, sales coordinator, junior strategic planner, media planner, account manager, marketing advisor, brand manager assistant, account executive, and others.

Cunoștințele, abilitățile și competențele asigurate de programul de studii

Programul de studii, prin realizarea finalităților de cunoștințe, abilități, responsabilitate și autonomie, stipulate în planul de învățământ și specificate la nivel de unități de curs, prezintă o unitate a pregătirii teoretice și aplicative a specialiștilor în domeniu, asigurând formarea de competențe care constituie rezultatele învățării.

Competențele generale:

- CG 1. Aplicarea mecanismelor economice și a conceptelor majore ale economiei
- CG 2. Organizarea activității conform cadrului juridic aferent afacerilor
- CG 3. Analiza datelor și informațiilor din diverse domenii funcționale ale afacerilor
- CG 4. Luarea deciziilor pentru rezolvarea și identificarea soluțiilor optime
- CG 5. Respectarea principiilor de etică profesională
- CG 6. Elaborarea și implementarea strategiilor în vederea asigurării dezvoltării durabile

Competențele profesionale:

- CP 1. Elaborarea și implementarea unui sistem managerial eficient
- CP 2. Identificarea obiectivelor strategice și indicatorilor de performanță
- CP 3. Coordonarea activităților operaționale
- CP 4. Asigurarea calității proceselor/ produselor/ serviciilor
- CP 5. Managementul bugetelor și finanțelor
- CP 6. Managementul resurselor umane
- CP 7. Organizarea activităților de marketing
- CP 8. Oferirea de consultanță cu privire la soluțiile de eficientizare a proceselor de afaceri
- CP 9. Implementarea schimbărilor organizaționale
- CP 10. Restructurarea și transformarea sustenabilă a afacerii
- CP 11. Proiectarea și realizarea cercetărilor științifice

Competențele transversale:

- CT 1. Generarea de idei creative și rezolvarea problemelor
- CT 2. Îndeplinirea sarcinilor stabilite în mod autonom și responsabil
- CT 3. Comunicarea, colaborarea și munca în echipă
- CT 4. Utilizarea eficientă a tehnologiilor digitale
- CT 5. Adaptarea rapidă și eficientă la schimbări/ Agilitate
- CT 6. Dezvoltarea personală și profesională
- CT 7. Dezvoltarea parteneriatelor

Aceste competențe sunt esențiale pentru succesul în domeniul afacerilor, acoperind o gamă largă de abilități și cunoștințe necesare pentru gestionarea eficientă a organizațiilor și adaptarea la mediul de afaceri în continuă schimbare.

Knowledge, Skills, and Competencies Provided by the Study Program

Certainly, here are the general, professional, and transversal competences presented in text format:

General Competences (CG):

CG 1. Applying economic mechanisms and major concepts of economics

CG 2. Organizing activities in accordance with the legal framework relevant to business

CG 3. Analyzing data and information from various functional areas of business

CG 4. Making decisions to solve problems and identify optimal solutions

CG 5. Adhering to principles of professional ethics

CG 6. Developing and implementing strategies to ensure sustainable development

Professional Competences (CP):

CP 1. Developing and implementing an efficient managerial system

CP 2. Identifying strategic objectives and performance indicators

CP 3. Coordinating operational activities

CP 4. Ensuring the quality of processes/products/services

CP 5. Managing budgets and finances

CP 6. Managing human resources

CP 7. Organizing marketing activities

CP 8. Providing consultancy on business process optimization solutions

CP 9. Implementing organizational changes

CP 10. Restructuring and sustainably transforming the business

CP 11. Designing and conducting scientific research

Transversal Competences (CT):

CT 1. Generating creative ideas and problem-solving

CT 2. Fulfilling assigned tasks autonomously and responsibly

CT 3. Communicating, collaborating, and working in teams

CT 4. Efficiently using digital technologies

CT 5. Rapidly and effectively adapting to changes/agility

CT 6. Personal and professional development

CT 7. Developing partnerships

These competences are essential for success in the business field, covering a wide range of skills and knowledge required for effectively managing organizations and adapting to the continuously changing business environment.

Obiectivele programului de studii

Misiunea și obiectivele programului de master *Management, Marketing și Logistică*, formulate în conformitate cu principiile Strategiei de dezvoltare a educației, Cadrul Național (CNCRM) și cadrul European al Calificărilor (EQF), se încadrează în misiunea și obiectivele ULIM, expuse în Carta ULIM, Strategia de dezvoltare instituțională ULIM pentru anii 2020-2025, Conceptul educațional ULIM, Conceptul Educațional al facultății. Finalitățile de studii sunt conforme cerințelor CNCRM și EQF/Tuning project, EU. Programul este realizat în concordanță cu stipulările CNC pentru domeniul științe economice, prevederile generale pentru învățământul de master în domeniul științe economice, conținute în Concepția educațională a facultății, misiunea ULIM, care promovează învățământul și cercetarea în conformitate cu exigențele unei societăți bazate pe cunoaștere, pe învățarea de-a lungul întregii vieți și integrarea în circuitul național, regional, european și mondial, contribuind la dezvoltarea durabilă a societății.

Objectives of the Study Program

The mission and objectives of the Master's Program Management, Marketing, and Logistics, formulated in accordance with the principles of the Education Development Strategy, the National Qualifications Framework (NQF), and the European Qualifications Framework (EQF), align with the mission and objectives of FIUM as outlined in the FIUM Charter, FIUM's Institutional Development Strategy for 2020-2025, FIUM's Educational Concept, and the Faculty's Educational Concept. The program's study outcomes comply with the requirements of the NQF and EQF/Tuning project, EU. The program is conducted in accordance with the CNC stipulations for the field of economic sciences, general provisions for master's level education in economic sciences, as detailed in the faculty's Educational Concept, and FIUM's mission, which promotes education and research in line with the demands of a knowledge-based society, lifelong learning, and integration into national, regional, European, and global circuits, contributing to the sustainable development of society.

Racordarea programului de studii și a conținuturilor din Planul de învățământ la tendințele internaționale din domeniu

La elaborarea programului de studii s-a ținut cont de prevederile Cadrului Național al Calificărilor, Cadrului European al Calificărilor (ciclul II – studii superioare de master, nivelul 7 ISCED) și acte normative ULIM, astfel încât Planul de învățământ și conținuturile curriculare asigură achiziționarea cunoștințelor, abilităților și competențelor necesare conform cerințelor CNCRM și EQF/Tuning project, EU. Programul de master *Management, Marketing și Logistică* în conformitate cu demersul strategic de dezvoltare a ULIM este în continuă inovare/perfecționare, în funcție de cerințele pieței educaționale, naționale și internaționale. În acest sens, menționăm și racordarea conținutului curricular al programului la tendințele pieței educaționale și a muncii din Europa Centrală și de Est, precum și SUA.

Alignment of the Study Program and the Curriculum Content with International Trends

In developing the study program, provisions of the National Qualifications Framework and the European Qualifications Framework (second cycle - master's studies, level 7 ISCED) were considered, so that the curriculum and content ensure the acquisition of knowledge, skills, and competencies required according to the NQF and EQF/Tuning project, EU. The Master's Program Management, Marketing, and Logistics continuously innovates and improves, in line with the strategic development approach of FIUM and the demands of the national and international educational markets. The curriculum content of the program is also aligned with the trends of the educational and labor markets in Central and Eastern Europe and the USA.

Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social

Necesitățile și așteptările sectorului economic implică vaste abilități de direcționare eficientă a resurselor, inclusiv: *i) la nivel micro – gestionarea capacităților și îmbunătățiri ale serviciilor / produselor și proceselor; ii) la nivel meso – impact asupra rețelelor de inovație; iii) la nivel macro - creșterea în capacitate și eficiență la scară, cu îmbunătățiri ale fondului de cunoștințe.*

Așteptările sectorului social se referă: *i) la ocuparea forței de muncă, prin dezvoltarea capitalului uman, îmbunătățirea ratei ocupării forței de muncă; ii) la calitatea vieții, prin obținerea de beneficii bazate pe servicii și / sau produse în termeni de sănătate și mediu (protecția mediului) și, de asemenea, iii) la coeziune socială, prin acțiuni de incluziune, de securitate și de libertate de acțiune. Resursele umane au un potențial vast, dar neexploatat.*

În acest context, *obiectivele* programului de master *Management, Marketing și Logistică* derivând din cele expuse în Strategia de dezvoltare instituțională și în corespundere cu așteptările domeniilor menționate, includ achiziționarea de abilități și competențe ce vor contribui la creșterea economiei cunoașterii, la ocuparea forței de muncă, la dezvoltarea și menținerea unei baze de cunoștințe largi și avansate necesare comunităților și părților interesate, la furnizarea de facilități sectoarelor economice (la toate nivelele) și social, cât și la valorificarea sustenabilă și eficientă a resurselor.

Evaluating the Expectations of the Economic and Social Sectors

The needs and expectations of the economic sector involve vast skills for the efficient direction of resources, including: i) at the micro-level – managing capacities and improvements of services/products and processes; ii) at the meso-level – impact on innovation networks; iii) at the macro-level – growth in capacity and efficiency at scale, with improvements to the knowledge base.

The expectations of the social sector refer to: i) employment, through the development of human capital and improving employment rates; ii) quality of life, through obtaining benefits based on services and/or products in terms of health and environment (environmental protection); and iii) social cohesion, through actions of inclusion, security, and freedom of action. Human resources have vast but untapped potential.

In this context, the objectives of the Master's Program Management, Marketing, and Logistics, derived from those outlined in the Institutional Development Strategy and in line with the expectations of the mentioned sectors, include the acquisition of skills and competencies that will contribute to the growth of the knowledge economy, employment, the development and maintenance of a broad and advanced knowledge base needed by communities and stakeholders, the provision of facilities to the economic (at all levels) and social sectors, and the sustainable and efficient valorization of resources.

Consultarea partenerilor în procesul de elaborare a programului de studii

La proiectarea conținutului planului de învățământ la programul de master *Management, Marketing și Logistică* s-a ținut cont de recomandările Consiliului pentru Asigurarea Calității, partenerilor sociali – studenți și angajatori, de experiența internațională obținută în cadrul întrunirilor mediului academic și al mobilităților personalului didactic. Planul de învățământ conține toate compartimentele necesare pentru pregătirea specialistului în domeniul vizat: calendarul universitar; planul procesului de studii pe semestre/ani de studii; stagiile de practică; formele de evaluare finală la unitățile de curs oferite; forma de evaluare finală a programului de studii; lista unităților de curs la liberă alegere; minimul curricular necesar pentru continuarea studiilor superioare la ciclul II; nota explicativă cu prezentarea profilului specialității / domeniului general de studiu și cel particular al programului, concretizate în concepția formării specialistului (scop, caracteristici, angajabilitate, formare ulterioară, abordări pedagogice, competențe-cheie dezvoltate în program) și finalități de studiu preconizate; matricea corelării finalităților de studiu ale programului cu cele ale unităților de curs. Finalitățile programului de studiu proiectează setul de cunoștințe, abilități și competențe de care are nevoie specialistul pentru o inserție profesională eficientă pe piața muncii. Repartizarea unităților de curs și ponderea acestora în componenta formativă a planului de învățământ permite realizarea finalităților proiectate ale programului de studiu. Programul de studiu corespunde Cadrului Național al Calificărilor, Cadrului European al Calificărilor. Aceasta presupune, de asemenea, modernizarea și perfecționarea periodică a planului de învățământ și a conținuturilor curriculare, care se realizează regulamentar, după discuții și propuneri ale structurilor academice și de asigurare a calității ULIM.

Consultation with Partners in the Development Process of the Study Program

In designing the content of the master's Program Management, Marketing, and Logistics, recommendations from the Quality Assurance Council, social partners – students and employers, and international experience gained in academic meetings and faculty mobility were considered. The curriculum includes all necessary components for training specialists in the targeted field: the academic calendar; study process plans for semesters/years; internships; final assessment forms for the course units offered; final assessment form for the study program; list of elective course units; minimum curriculum required for further studies in cycle II; an explanatory note presenting the specialty profile/general study field and the specific program

field, realized in the concept of specialist training (purpose, characteristics, employability, further training, pedagogical approaches, key competencies developed in the program) and anticipated study outcomes; matrix correlating the study outcomes of the program with those of the course units. The study program's objectives project the set of knowledge, skills, and competencies needed by the specialist for effective professional insertion into the labor market. The distribution of course units and their weight in the formative component of the curriculum enables the realization of the projected study outcomes. The study program corresponds to the National Qualifications Framework and the European Qualifications Framework. This also implies periodic modernization and improvement of the curriculum and curricular contents, which are regularly performed after discussions and proposals from academic structures and FIUM's quality assurance.

Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă

Programul de master *Management, Marketing și Logistică* este relevant în raport cu Cadrul Național al Calificărilor/Cadrul European al Calificărilor și asigură plener pregătirea specialiștilor în domeniul vizat, capabili să desfășoare activități profesionale în conformitate cu cerințele pieței muncii și solicitările specifice ale angajatorilor. În acest sens ULIM promovează politici de comunicare eficientă cu angajatorii din domeniu, organizând întruniri în cadrul cărora sunt elucidate ofertele educaționale și sunt identificate modalități de îmbunătățire a conținuturilor curriculare. ULIM are încheiate circa 115 de acorduri cu agenți economici și instituții publice din țară și de peste hotare (ministere, agenții, departamente etc.), în baza cărora studenții au posibilitatea să-și petreacă stagiile de practică, cu angajarea ulterioară în câmpul muncii.

Impactul social și economic al Programului de master *Management, Marketing și Logistică* include trei direcții: efectele pe termen lung produse de program în Republica Moldova prin pregătirea cadrelor calificate și promovarea unor conținuturi curriculare inspirate de cele mai recente cercetări, efectele nete - studenți angajați în stagii de practică, efectele programului asupra beneficiarilor / absolvenților, reflectate în avizele la planul de învățământ prezentate de partenerii sociali, sporirea interesului pentru tematica programului prin publicarea rezultatelor cercetărilor realizate de studenți în colaborare cu cadrele didactice. Calitatea programului de studii este apreciată de organizațiile-partenere, care oferă posibilitatea stagierii studenților și angajării lor ulterioare, solicită realizarea în comun prin diferite modalități a instruirii specialiștilor în domeniul științe economice, implică studenții și cadrele didactice de la catedră în activități de cercetare-consultare.

Relevance of the Study Program to the Labor Market

The Master's Program Management, Marketing, and Logistics is relevant in relation to the National Qualifications Framework/European Qualifications Framework and fully prepares specialists in the targeted field, capable of performing professional activities in accordance with labor market requirements and specific employer demands. In this respect, FIUM promotes effective communication policies with employers in the field, organizing meetings where educational offerings are clarified and ways to improve curricular contents are identified. FIUM has concluded approximately 115 agreements with economic agents and public institutions both domestically and internationally (ministries, agencies, departments, etc.), under which students have the opportunity to spend their internships, with subsequent employment in the workforce.

The social and economic impact of the Master's Program Management, Marketing, and Logistics includes three directions: long-term effects produced by the program in the Republic of Moldova through the training of qualified personnel and the promotion of curricular contents inspired by the latest research; net effects - students employed in internships; effects of the program on beneficiaries/graduates, reflected in the opinions on the curriculum presented by social partners, and increasing interest in the program's theme through the publication of research results conducted by students in collaboration with faculty members. The quality of the study program is valued by partner organizations, which offer the possibility for student internships and subsequent employment, request joint execution through various means of training specialists in the field of economic sciences, and involve students and faculty members in research-consultation activities.

Posibilitățile de angajare a absolvenților

Dezvoltarea competențelor incluse în Programul de master *Management, Marketing și Logistică* este fundamentată pe alinierea strategică la obiectivele de dezvoltare durabilă (ODD) 4 (educație de calitate) și ODD 8 (muncă decentă și creștere economică). Acest program este conceput pentru a consolida angajabilitatea absolvenților prin integrarea unor unități de curs și ateliere care răspund cerințelor pieței muncii, susținute de activități extracurriculare orientate spre creșterea profesională, dezvoltarea rețelelor de interacțiune cu angajatorii, oferirea de experiențe practice pe piața muncii, și sprijinirea instituțională a studenților în orientarea carierei. De asemenea, programul promovează mobilitatea internațională și stimulează dezvoltarea gândirii critice în raport cu experiențele educaționale.

Posibilitățile de angajare pentru absolvenții acestui program sunt diverse și acoperă o gamă largă de sectoare dinamice. Absolvenții sunt pregătiți riguros pentru a ocupa poziții în companii multinaționale, unde pot contribui la gestionarea proiectelor complexe, la dezvoltarea strategică și la conducerea inițiativelor de afaceri internaționale. În sfera marketingului, absolvenții pot accede la funcții precum analist de piață, manager de brand, planificator strategic sau coordonator de vânzări, având roluri esențiale în dezvoltarea și implementarea strategiilor de marketing adaptate cerințelor pieței și orientate spre maximizarea profitabilității.

În domeniul logisticii, absolvenții sunt calificați să ocupe roluri de manager de logistică, manager de lanț de aprovizionare, coordonator de transport sau specialist în gestionarea stocurilor, având responsabilitatea optimizării fluxurilor de materiale și produse, a reducerii costurilor operaționale și a îmbunătățirii eficienței generale a lanțului de aprovizionare.

Ca antreprenori, absolvenții acestui program dispun de competențele necesare pentru a lansa startup-uri inovatoare sau pentru a impulsiona creșterea în întreprinderi existente prin implementarea de strategii și modele de afaceri avansate.

De asemenea, absolvenții sunt candidați ideali pentru poziții de management și leadership în diverse organizații, incluzând companii din sectorul privat, instituții publice și organizații non-profit. Capacitatea lor de analiză critică și

competențele de leadership îi fac extrem de valoroși în roluri de consultanță, unde pot ajuta organizațiile să optimizeze operațiunile și să îmbunătățească performanța generală.

Pentru cei interesați de cercetare și analiză, programul deschide numeroase oportunități în instituții de cercetare și think tank-uri, unde absolvenții pot contribui la realizarea unor studii influente și la dezvoltarea politicilor publice. Centrele de analiză economică și de afaceri oferă, de asemenea, poziții ce necesită o înțelegere profundă a dinamicii afacerilor și a principiilor economice, permițând absolvenților să aplice competențele dobândite în contexte reale de analiză și proces decizional.

Acest program nu doar că facilitează accesul la oportunități imediate de carieră, dar oferă și fundamentul necesar pentru creșterea profesională continuă și pentru adaptarea eficientă într-un mediu de afaceri global caracterizat de schimbări rapide.

Employment Opportunities for Graduates

The development of competencies included in the Master's program Management, Marketing, and Logistics is strategically aligned with Sustainable Development Goals (SDGs) 4 (Quality Education) and 8 (Decent Work and Economic Growth). This program is designed to enhance the employability of graduates by integrating course units and workshops that meet labor market demands, supported by extracurricular activities focused on professional growth, the development of interaction networks with employers, providing practical work experiences, and institutional support for career orientation. Additionally, the program promotes international mobility and encourages the development of critical thinking in relation to educational experiences.

The employment opportunities for graduates of this program are diverse and cover a wide range of dynamic sectors. Graduates are rigorously prepared to take on positions in multinational companies, where they can contribute to the management of complex projects, strategic development, and the leadership of international business initiatives. In the field of marketing, graduates can access roles such as market analyst, brand manager, strategic planner, or sales coordinator, playing essential roles in the development and implementation of marketing strategies tailored to market demands and aimed at maximizing profitability.

In the field of logistics, graduates are qualified to assume roles such as logistics manager, supply chain manager, transport coordinator, or inventory management specialist, with responsibilities for optimizing the flow of materials and products, reducing operational costs, and improving overall supply chain efficiency.

As entrepreneurs, graduates of this program possess the necessary competencies to launch innovative startups or drive growth in existing enterprises by implementing advanced business strategies and models.

Furthermore, graduates are ideal candidates for management and leadership positions in various organizations, including private sector companies, public institutions, and non-profit organizations. Their capacity for critical analysis and leadership competencies make them highly valuable in consulting roles, where they can assist organizations in optimizing operations and improving overall performance.

For those interested in research and analysis, the program opens numerous opportunities in research institutions and think tanks, where graduates can contribute to influential studies and policy development. Economic and business analysis centers also offer positions that require a deep understanding of business dynamics and economic principles, allowing graduates to apply the skills acquired in real-world analysis and decision-making contexts.

This program not only facilitates access to immediate career opportunities but also provides the foundation for continuous professional growth and effective adaptation in a global business environment characterized by rapid changes.

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

Titularul diplomei de master are acces la Ciclul III QF-EHEA / nivelul 8 EQF - studii superioare de Doctorat.

Access to Studies for Holders of Degrees Obtained After Completing the Respective Study Program

Holders of a master's degree have access to Cycle III QF-EHEA / level 8 EQF - Doctoral studies.