

Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova
Ministry of Education and Research of the Republic of Moldova
Министерство Образования и Исследований Республики Молдова

Universitatea Liberă Internațională din Moldova
Free International University of Moldova
Международный Независимый Университет Молдовы

APROBAT

La ședința Senatului

Universității Libere Internaționale din Moldova

proces-verbal nr.8 din 30 aprilie 2025

Rector

G. Galben

GIAN GALBEN



PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
pentru ciclul II, studii superioare de master

Nivelul calificării ISCED și CNC <i>Level of qualification</i> <i>Уровень квалификации ISCED и CNC</i>	Nivelul 7 ISCED / CNC <i>7 ISCED / CNC Level</i> <i>Уровень 7 ISCED / CNC</i>	
Domeniul general de studiu <i>General field of study</i> <i>Общая область обучения</i>	041 <i>041</i> <i>041</i>	Științe economice <i>Economic Sciences</i> <i>Экономические науки</i>
Domeniul de formare profesională <i>Professional training field</i> <i>Область профессиональной подготовки</i>	0413 <i>0413</i> <i>0413</i> 0414 <i>0414</i> <i>0414</i>	Business și administrare <i>Business administration</i> <i>Бизнес и управление</i> Marketing și publicitate <i>Marketing and advertising</i> <i>Маркетинг и реклама</i>
Program de master <i>Master Program</i> <i>Магистерская программа</i>	Management, Marketing și Logistică <i>Management, Marketing and Logistics</i> <i>Менеджмент, маркетинг и логистика</i>	
Tipul programului de master <i>Type of master's program</i> <i>Тип магистерской программы</i>	Master profesional (MP) <i>Professional Master (PM)</i> <i>Профессиональная магистратура</i>	
Numărul total de credite de studiu <i>Number of study credits</i> <i>Общее количество учебных кредитов</i>	120 ECTS	
Titlul obținut la finele studiilor <i>Conferred Title</i> <i>Присваиваемое звание по завершении обучения</i>	Master în Științe economice <i>Master of Economic Sciences</i> <i>Магистр экономических наук</i>	
Baza admiterii <i>Admission requirements</i> <i>Основание для поступления</i>	Diploma de studii superioare de licență sau alt act echivalent de studii <i>Higher education diploma or equivalent study diploma</i> <i>Диплом о высшем образовании (лиценциат) или другой эквивалентный документ об образовании</i>	
Limba de instruire <i>Language of learning</i> <i>Язык обучения</i>	Română/ /engleză/ rusă <i>Romanian / English / Russian</i> <i>Румынский / Английский / Русский</i>	
Forma de organizare a învățământului <i>Form of Study</i> <i>Форма обучения</i>	Învățământ cu frecvență <i>Full-time learning</i> <i>Очная форма обучения</i>	

CALENDARUL UNIVERSITAR
UNIVERSITY CALENDAR
АКАДЕМИЧЕСКИЙ КАЛЕНДАРЬ

<i>Anul de studiu</i> <i>Year of study</i> <i>Год обучения</i>	<i>Activități de instruire</i> <i>Study Activities</i> <i>Учебная деятельность</i>		<i>Sesiuni de examene</i> <i>Examination Sessions</i> <i>Экзаменационные сессии</i>		<i>Stagii de practică</i> <i>Internships</i> <i>Практика</i>	<i>Vacanțe</i> <i>Holidays</i> <i>Каникулы</i>		
	<i>Semestrul I</i> <i>Ist Semester</i> <i>I семестр</i>	<i>Semestrul II</i> <i>IInd Semester</i> <i>II семестр</i>	<i>Semestrul I</i> <i>Ist Semester</i> <i>I семестр</i>	<i>Semestrul II</i> <i>IInd Semester</i> <i>II семестр</i>		<i>Iarnă</i> <i>Winter</i> <i>Зимние</i>	<i>Primăvară</i> <i>Spring</i> <i>Весенние</i>	<i>Vară</i> <i>Summer</i> <i>Летние</i>
Anul I <i>Ist Year</i> <i>1 курс</i>	septembrie/ decembrie <i>september/ december</i> <i>сентябрь/ декабрь</i>	februarie/ mai <i>february/ may</i> <i>февраль/ май</i>	decembrie /ianuarie <i>december/ january</i> <i>декабрь/ январь</i>	mai/iunie <i>may/june</i> <i>май/июнь</i>	Sem. II <i>IInd</i> <i>Semester</i> <i>Семестр</i> <i>II</i>	ianuarie <i>january</i> <i>январь</i>	aprilie <i>april</i> <i>апрель</i>	iulie- august/ <i>july- august</i> <i>июль- август</i>
Anul II <i>IInd Year</i> <i>2 курс</i>	septembrie/ decembrie <i>september/ december</i> <i>сентябрь/ декабрь</i>	februarie- mai <i>/ february/ may</i> <i>февраль / май</i>	decembrie /ianuarie <i>december/ january</i> <i>декабрь/ январь</i>	mai/iunie <i>(susținerea tezei de master)</i> <i>may/june</i> <i>(defense of the master's thesis)</i> <i>май/ июнь</i> <i>(защита магистерской диссертации)</i>	Sem. III <i>IIIrd</i> <i>Semester</i> <i>Семестр</i> <i>III</i>	ianuarie <i>january</i> <i>январь</i>	aprilie <i>april</i> <i>апрель</i>	-

PLANUL PROCESULUI DE STUDII PE SEMESTRE / ANI DE STUDII
PLAN OF THE PROCESS OF STUDY BY SEMESTERS / YEARS OF STUDY
ПЛАН ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ГОДАМ И СЕМЕСТРАМ

Cod, grad de obligativitate, nr./ord. <i>Code, degree of obligation, no./ord.</i> <i>Код, степень обязательности, №/п</i>	Denumirea unității de curs/modulului <i>Title of the course/module</i> <i>Наименование учебной дисциплины / модуля</i>	Total ore <i>Total number of hours</i> <i>Общее количество часов</i>			Număr de ore pe tipuri de activități <i>Number of hours by types of activity</i> <i>Количество часов по видам деятельности</i>			Forma de evaluare <i>Form of evaluation</i> <i>Форма оценки</i>	Nr. credite <i>Nr. of credits</i> <i>Количество кредитов</i>
		Total <i>Total</i> <i>Всего</i>	Contact direct <i>Direct contact</i> <i>Контактные часы</i>	Studiu individual <i>Individual study</i> <i>Самостоятельная работа</i>	C ¹	S	L / P		
ANUL I // 1 st YEAR / I КУРС									
SEMESTRUL I / 1 st SEMESTER / I СЕМЕСТР									
F.O.01	Economie managerială axată pe soluționarea problemelor <i>Managerial Economics based on Problem Solving</i> <i>Менеджерская экономика, ориентированная на решение проблем</i>	180	60	120	30	30		Examen <i>Exam</i> <i>Экзамен</i>	6
F.O.02	Metodologia și etica cercetării în științe economice <i>Methodology and Ethics of Research in Economic Sciences</i> <i>Методология и этика исследований в экономических науках</i>	180	60	120	30	30		Examen <i>Exam</i> <i>Экзамен</i>	6
F.O.03	Reglementarea mediului de afaceri și uzanțe comerciale în contracte internaționale <i>Regulation of the Business Environment and Commercial Usances in International Contracts</i>	180	60	120	30	30		Examen <i>Exam</i> <i>Экзамен</i>	6

¹ C – Curs / Course / Лекции
S – Seminar / Seminar / Семинары
L – Laborator / Laboratory / Лабораторные
P – Proiect / Project / Практическая работа

	Правовое регулирование деловой среды и коммерческой практики в международных договорах								
S1.O.04	Management strategic și strategii de afaceri <i>Strategic Management and Business Strategy</i> Стратегическое управление и бизнес-стратегии	180	60	120	24	36		Examen <i>Ехат</i> Экзамен	6
S2.O.05	Analitica marketingului și analiza datelor <i>Marketing Analytics and Data Insights</i> Аналитика маркетинга и анализ данных	180	60	120	24	36		Examen <i>Ехат</i> Экзамен	6
	Total semestrul I / Total Ist semester / Всего I семестр	900	300	600	138	162		5	30
SEMESTRUL II / IInd SEMESTER/II СЕМЕСТР									
F.O.06	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> Сравнительные исследования: регулирование, политика, реформы и тенденции в менеджменте, маркетинге и логистике (практические занятия)	180	60	120	30	30		Examen <i>Ехат</i> Экзамен	6
F.O.07	Proprietate intelectuală și drepturi de autor în activitatea economică <i>Intellectual Property and Copyright in Economic Activity</i> Интеллектуальная собственность и авторские права в экономической деятельности	180	60	120	30	30		Examen <i>Ехат</i> Экзамен	6
S1.O.08	Metodologii alternative în managementul proiectelor <i>Alternative Methodologies in Project Management</i> Альтернативные методологии в управлении проектами	180	60	120	24	36		Examen <i>Ехат</i> Экзамен	6
S2.O.09	Strategii de marketing și poziționare competitivă <i>Marketing Strategies and Competitive Positioning</i> Маркетинговые стратегии и конкурентное позиционирование	180	60	120	24	36		Examen <i>Ехат</i> Экзамен	6
SP.O.10	Practica profesională I: integrarea în mediu profesional <i>Professional Internship I: Integration into the Professional Environment</i> Профессиональная практика I: интеграция в профессиональную среду	180	126	54			126	Examen <i>Ехат</i> Экзамен	6
	Total semestrul II / Total IInd Semester	900	366	534	114	126	126	5	30
	Total semestrul II / Total IInd Semester / Всего II семестр	1800	666	1134	264	276	126	10	60
ANUL II / IInd YEAR / II КУРС									
SEMESTRUL III / IIIrd SEMESTER/III СЕМЕСТР									
S1.A.11	Finanțare antreprenorială și analiza deciziilor manageriale <i>Entrepreneurial Financing and Managerial Decision Analysis</i> Финансирование предпринимательства и анализ управленческих решений	180	60	120	24	36		Examen <i>Ехат</i> Экзамен	6
S1.A.12	Analiză financiară strategică și managementul riscurilor								

	<i>Strategic Financial Analysis and Risk Management</i> <i>Стратегический финансовый анализ и управление рисками</i>								
S2.A.13	Designul rețelelor logistice globale <i>Global Logistics Network Design</i> <i>Проектирование глобальных логистических сетей</i>	180	60	120	24	36		Examen <i>Ехат</i> <i>Экзамен</i>	6
S2.A.14	Decizii manageriale în lanțurile de aprovizionare <i>Managerial Decision-Making in Supply Chains</i> <i>Управленческие решения в цепочках поставок</i>								
S2.A.15	Proiectarea și gestionarea comunicațiilor integrate de marketing <i>Designing and Managing Integrated Marketing Communications</i> <i>Проектирование и управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями</i>	180	60	120	24	36		Examen <i>Ехат</i> <i>Экзамен</i>	6
S2.A.16	Contabilitate managerială și analiza riscurilor în deciziile de marketing <i>Managerial Accounting and Risk Analysis in Marketing Decision-Making</i> <i>Управленческий учет и анализ рисков в маркетинговом процессе принятия решений</i>								
SP.O.17	Practica profesională II: aplicarea competențelor avansate <i>Professional Internship II: Application of Advanced Skills</i> <i>Профессиональная практика II: применение углублённых компетенций</i>	360	252	108			252	Examen <i>Ехат</i> <i>Экзамен</i>	12
	Total semestrul III / Total IIIrd Semester / Всего III семестр	900	432	468	72	108	252	4	30
SEMESTRUL IV / IVth SEMESTER / IV СЕМЕСТР									
S2.A.18	Strategii sustenabile pentru logistica afacerilor <i>Strategies for Sustainable Business Logistics</i> <i>Устойчивые стратегии в бизнес-логистике</i>	180	60	120	24	36		Examen <i>Ехат</i> <i>Экзамен</i>	6
S2.A.19	Inovație și durabilitate în lanțurile de aprovizionare <i>Innovation and Sustainability in Supply Chains</i> <i>Инновации и устойчивость в цепочках поставок</i>								
	Elaborarea și susținerea tezei de master <i>Master's Thesis Development and Defense</i> <i>Подготовка и защита магистерской диссертации</i>	720	480	240			480	Examen <i>Ехат</i> <i>Экзамен</i>	24
	Total semestrul IV / Total IVth Semester / Всего IV семестр	900	540	360	24	36	480	2	30
	Total anul II / Total IInd Year / Всего II курс	1800	972	828	96	144	732	6	60
	Total /Всего	3600	1638	1962	360	420	858	16	120

STAGIILE DE PRACTICĂ / FIELD INTERNSHIPS / ПРАКТИКА

Tipul stagiului de practică <i>cod SP</i> <i>Type of Internship SP cod</i> <i>Тип практики, код СП</i> <i>Sem. / Sem. /</i>	Sem. <i>Sem.</i> <i>Сем.</i>	Durata Nr.săpt./ ore <i>Duration</i> <i>Nr.weeks / hours</i> <i>Продолжительность (число недель / часов)</i>	Perioada desfășurării <i>Period</i> <i>Период проведения</i>	Nr. de credite <i>Nr. of credits</i> <i>Количество тво кредитов</i>
Practica profesională I: integrarea în mediu profesional <i>Professional Internship I: Integration into the Professional Environment</i> <i>Профессиональная практика I: интеграция в профессиональную среду</i>	II	180 ore 3 săptămâni <i>180 hours</i> <i>3 weeks</i> 180 часов 3 недели	semestrul II <i>semester II</i> <i>II семестр</i>	6
Practica profesională II: aplicarea competențelor avansate <i>Professional Internship II: Application of Advanced Skills</i> <i>Профессиональная практика II: применение углублённых компетенций</i>	III	360 ore 6 săptămâni <i>360 hours</i> <i>6 weeks</i> 360 часов 6 недель	semestrul III <i>semester III</i> <i>III семестр</i>	12
Total	-	540 ore 9 săptămâni 540 hours 9 weeks 540 часов 9 недели	-	18

FORMA DE EVALUARE FINALĂ A STUDIILOR / FINAL EVALUATION OF STUDIES/ ФОРМА ИТОГОВОЙ ОЦЕНКИ ОБУЧЕНИЯ

Nr.	Forma de evaluare finală a studiilor / <i>Form of Final Evaluation of Studies</i> <i>Форма итоговой оценки обучения</i>	Termene de organizare / <i>Organization Dates</i> <i>Сроки проведения</i>	Nr. de credite <i>Nr. of credits</i> <i>Количество о кредитов</i>
1.	Elaborarea și susținerea tezei de master <i>Master's Thesis Development and Defense</i> <i>Подготовка и защита магистерской диссертации</i>	mai-iunie <i>may-june</i> <i>май-июнь</i>	24

MINIM CURRICULAR NECESAR PENTRU CONTINUAREA STUDIILOR SUPERIOARE LA CICLUL II ²
MINIMUM CURRICULUM REQUIREMENTS FOR CONTINUING HIGHER EDUCATION AT THE CYCLE II
КУРРИКУЛЯРНЫЙ МИНИМУМ ДЛЯ ПРОДОЛЖЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ВО ВТОРОМ ЦИКЛЕ

Cod Code Код	Denumirea unității de curs/modulului Title of the course / module Наименование учебной дисциплины / модуля	Număr de ore Number of hours Количество часов			Număr de ore pe tipuri de activități Nr. of hours by types of activity Количество часов по видам деятельности			Forma de evaluare Form of evaluation Форма оценки	Nr. ECTS Nr. of ECTS Количество ECTS-кредитов
		Total Total Всего	Contact direct Direct contact Контактные часы	Studiu individual Individual study Самостоятельная работа	Curs Curs / Lecture / Лекция	Seminar Seminar / Seminar / Семинар	Practice Practice / de laborator / Practical / Laboratory Work / Практические		
ANUL I // 1 st YEAR / I КУРС									
SEMESTRUL I / 1 st SEMESTER / I СЕМЕСТР									
F.O.01	Microeconomie Microeconomics Микроэкономика	150	50	100	20	30		Examen Exam Экзамен	5

² Sunt propuse absolvenților de la alte domenii de studii, care optează pentru programul de master Management, Marketing și Logistică / Are proposed to the graduates from other fields of study that choose the master program *Management, Marketing and Logistics* / Предлагается выпускникам других специальностей, которые выбирают магистерскую программу *Менеджмент, маркетинг и логистика*

Cod Code Код	Denumirea unității de curs/modulului Title of the course / module Наименование учебной дисциплины / модуля	Număr de ore Number of hours Количество часов			Număr de ore pe tipuri de activități Nr. of hours by types of activity Количество часов по видам деятельности			Forma de evaluare Form of evaluation Форма оценки	Nr. ECTS Nr. of ECTS Количество ECTS-кредитов
		Total Total Всего	Contact direct Direct contact Контактные часы	Studiu individual Individual study Самостоятельная работа	Curs / Lecture / Лекция	Seminar / Seminar / Семинар	Practice / de laborator / Practical / Laboratory Work / Практические занятия		
F.O.02	Macroeconomie Macroeconomics Макроэкономика	150	50	100	20	30		Examen Exam Экзамен	5
F.O.03	Fundamentele managementului Fundamentals of Management Основы менеджмента	150	50	100	20	30		Examen Exam Экзамен	5
F.O.04	Bazele antreprenoriatului Basic Knowledge of Entrepreneurship Основы предпринимательства	150	50	100	20	30		Examen Exam Экзамен	5
F.O.05	Fundamentele marketingului Fundamentals of Marketing Основы маркетинга	150	50	100	20	30		Examen Exam Экзамен	5
F.O.06	Microeconomie Microeconomics Микроэкономика	150	50	100	20	30		Examen Exam Экзамен	5
	Total Всего	900	300	600	120	180		6	30

PLANUL PENTRU MODULUL PSIHOPEDAGOGIC (SE SOLICITĂ SUPLIMENTAR)

PLAN FOR THE PSYCHOPEDAGOGIC MODULE (ADDITIONAL APPLICATION)

ПЛАН ПСИХОПЕДАГОГИЧЕСКОГО МОДУЛЯ (ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНО ПО ЗАПРОСУ)

Cod Cod	Denumirea unității de curs Title of the Course Unit Наименование учебной дисциплины	Numărul de ore / Number of hours Количество часов					Forma de evaluare Form of evaluation Форма оценки	Nr. credite Nr. of credits Количество кредитов
		Total Total Всего	Contact direct Direct contact Контактные часы	Studiu individual Individual study Самостоятельная работа	Contact direct Direct contact Контактные часы			
					Teoretice Theoretical / Теоретические	Cursuri practice/ Practica I/ Практические занятия		
ANUL I // 1 st YEAR / I КУРС								
SEMESTRUL I / 1 st SEMESTER / I СЕМЕСТР								
F.O.01	Fundamentele psihologiei și psihologie educațională Basics of Psychology and Educational Psychology Основы психологии и педагогическая психология	90	30	60	20	10	Examen Exam Экзамен	3
F.O.02	Fundamentele pedagogiei. Andragogie Basics of Pedagogy. Andragogy Основы педагогики. Андрагогика	90	30	60	20	10	Examen Exam Экзамен	3
F.O.03	Etica profesională în pedagogie Professional Ethics in Pedagogy Профессиональная этика в педагогике	60	30	30	20	10	Examen Exam Экзамен	2
	Total semestrul I / Total 1 st semester / Всего I семестр	240	90	150	60	30	3	8
SEMESTRUL II / II nd SEMESTER / II СЕМЕСТР								
S.A.04	Psihologia dezvoltării: copilăria și adolescența	90	30	60	20	10	Examen Exam Экзамен	3

S.A.05	<i>Developmental Psychology: childhood and adolescence</i> <i>Психология развития: детство и подростковый возраст</i> <i>Psihologia personalității</i> <i>Psychology of Personality</i> <i>Психология личности</i>							
S.A.06	Teoria și metodologia curriculumului și a activităților extracurriculare <i>Theory and Methodology of Curriculum and Extracurricular Activities</i>	120	60	60	30	30	Examen <i>Exam</i> <i>Экзамен</i>	4
S.A.07	Teoria și metodica учебногo плана и внеучебной деятельности <i>Classroom Management</i> <i>Управление школьным классом</i>							
	Practica pedagogică 1 – inițiere în specialitate <i>Pedagogical internship 1 - introduction to the specialty</i> <i>Педагогическая практика 1 – введение в специальность</i>	450		450			Examen <i>Exam</i> <i>Экзамен</i>	15
Total semestrul II / Total IInd Semester / Bcero II семестр		660	90	570	50	40	3	22
Total anul I / Total Ist Year / Bcero I курс		900	180	720	110	70	6	30
ANUL II / IInd YEAR / II КУРС								
SEMESTRUL III / IIIrd SEMESTER/ III СЕМЕСТР								
F.O.08	Educația incluzivă <i>Inclusive Education</i> <i>Инклюзивное образование</i>	90	30	60	20	10	Examen <i>Exam</i> <i>Экзамен</i>	3
S.A.09	Metodologia și tehnologia instruirii și evaluării <i>Methodology and Technology of Teaching and Assessment</i>	90	30	60	20	10	Examen <i>Exam</i> <i>Экзамен</i>	3
S.A.10	Методология и технологии обучения и оценивания Elemente de cercetare educațională <i>Elements of Educational Research</i> <i>Основы педагогического исследования</i>							
Total semestrul III / Total IIIrd Semester / Bcero III семестр		180	60	120	40	20	2	6
SEMESTRUL IV / IVth SEMESTER / IV СЕМЕСТР								
S.O.11	Didactică generală și particulară <i>General and Subject-Specific Didactics</i> <i>Общая и предметная дидактика</i>	180	90	90	46	44	Examen <i>Exam</i> <i>Экзамен</i>	6
	Practica pedagogică 2 – activități curriculare și extracurriculare <i>Pedagogical internship 2 - curricular and extracurricular activities</i> <i>Педагогическая практика 2 – учебные и внеучебные виды деятельности</i>	450		450			Examen <i>Exam</i> <i>Экзамен</i>	15
	Proiect de recalificare profesională <i>Professional Re-training project</i> <i>Проект по профессиональной переподготовке</i>	90		90			Examen <i>Exam</i> <i>Экзамен</i>	3
Total sem. 4 Total semestrul IV / Total IVth Semester/ Bcero IV семестр		720	90	630	46	44	3	24
Total anul II / Total IInd Year / Bcero II курс		900	150	750	86	64	5	30
Total / Bcero		1800	330	1470	196	134	11	60

PONDEREA RECOMANDATĂ A UNITĂȚILOR DE CURS/MODULELOR
RECOMMENDED WEIGHT OF COURSE UNITS/MODULES
РЕКОМЕНДУЕМОЕ СООТНОШЕНИЕ УЧЕБНЫХ КУРСОВ / МОДУЛЕЙ

Gradul de obligativitate <i>Degree of obligation</i> <i>Степень обязательности</i>	Funcția în formarea profesională <i>Function in vocational training</i> <i>Роль в профессиональной подготовке</i>	Program de master <i>Master's program</i> <i>Магистерская программа</i>
		Master profesional (MP) <i>Professional Master (PM)</i> <i>Профессиональная магистратура (ПМ)</i>
		Nr. credite <i>Nr. of credits</i> Количество кредитов
Obligativ <i>Mandatory</i> <i>Обязательные</i>	Unități de curs/module fundamentale (F) <i>Fundamental course units/modules (F)</i> <i>Базовые учебные дисциплины / модули (F)</i>	30
Obligativ și opțional <i>Mandatory and optional</i> <i>Обязательные и факультативные</i>	Unități de curs/module de specialitate (S) <i>Specialized course units/modules (S)</i> <i>Профилирующие учебные дисциплины / модули (S)</i>	48
Obligativ <i>Mandatory</i> <i>Обязательные</i>	Stagii de practică (SP) <i>Internships (SP)</i> <i>Практика (SP)</i>	18
Obligativ <i>Mandatory</i> <i>Обязательные</i>	Teza de Master <i>Master's Thesis</i> <i>Магистерская диссертация</i>	24

LISTA COMPETENȚELOR ȘI A REZULTATELOR ÎNVĂȚĂRII AFERENTE PROGRAMULUI DE STUDII
LIST OF COMPETENCIES AND LEARNING OUTCOMES RELATED TO THE STUDY PROGRAM
ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТВЕТСТВУЮЩИХ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ

Competențe generale/profesionale / <i>General / professional competencies</i> <i>Общие / Профессиональные компетенции</i>	Rezultate ale învățării conform nivelului CNC <i>Level 7 CNC Learning Outcomes</i> <i>Результаты обучения в соответствии с уровнем 7 CNC</i>
	Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate <i>The graduate/candidate for qualification can</i> <i>Выпускник / кандидат на присвоение квалификации способен</i>
CG 1. Aplicarea mecanismelor economice și a conceptelor majore ale economiei <i>Applying Economic Mechanisms and Major Concepts of economics</i> <i>Применение экономических механизмов и основных экономических концепций</i>	1) elabora strategii organizaționale potrivite, utilizând mecanismele și conceptele economice la nivel aprofundat. <i>develop appropriate organizational strategies using advanced economic mechanisms and concepts.</i> <i>разрабатывать подходящие организационные стратегии, используя углублённые экономические механизмы и концепции.</i>
CG 2. Organizarea activității conform cadrului juridic aferent afacerilor <i>Organizing Activities in Accordance with the Legal Framework Applicable to Business</i> <i>Организация деятельности в соответствии с правовой базой, применимой к бизнесу</i>	2) identifica cadrul juridic aferent afacerilor, atât în etapa de inițiere, cât și în cea de dezvoltare a activității. <i>identify the legal framework applicable to businesses, both during the initiation and development stages of activity.</i> <i>определять правовую базу, применимую к бизнесу, как на этапе запуска, так и на этапе развития деятельности.</i>
CG2. Elaborarea strategiilor și a deciziilor de asigurare a dezvoltării durabile a entităților* <i>Developing Strategies and Decision-Making for Ensuring the Sustainable Development of Entities</i> <i>Разработка стратегий и принятие решений для обеспечения устойчивого развития организаций</i>	3) propune / prezenta programe și proiecte de orientare spre piață, contribuind la dezvoltarea sustenabilă a întreprinderilor/ organizațiilor <i>to propose and present market-oriented programs and projects that contribute to the sustainable development of enterprises and organizations.</i> <i>предлагать и представлять ориентированные на рынок программы и проекты, способствующие устойчивому развитию предприятий и организаций.</i> 4) determina obiectivele de marketing ale întreprinderii, strategiile aferente și conținutul politicilor de marketing: produs, preț, plasament, promovare, personal și bugetul necesar. <i>to determine the marketing objectives of the enterprise, the related strategies, and the content of marketing policies: product, price, placement, promotion, people, and the required budget.</i> <i>определять маркетинговые цели предприятия, соответствующие стратегии и содержание маркетинговой политики: продукт, цена, размещение, продвижение, персонал и необходимый бюджет.</i>

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> <i>Анализ данных и информации из различных функциональных областей бизнеса</i>	5) utiliza tehnici și instrumente specifice pentru colectarea, analiza și interpretarea datelor și informațiilor în scopul luării deciziilor de afaceri. <i>utilize specific techniques and tools for data collection, analysis, and interpretation to support business decision-making.</i> <i>использовать специальные методы и инструменты для сбора, анализа и интерпретации данных и информации в целях принятия бизнес-решений.</i>
CG 4. Luarea deciziilor pentru rezolvarea și identificarea soluțiilor optime <i>Decision Making for Optimal Solutions</i> <i>Принятие решений для решения задач и определения оптимальных решений</i>	
CG 5. Respectarea principiilor de etică profesională <i>Adherence to Professional Ethics Principles</i> <i>Соблюдение принципов профессиональной этики</i>	6) identifica principiile și normele codului de etică și conduită profesională în interacțiunile cu angajații, partenerii și autoritățile. <i>identify the principles and norms of the code of ethics and professional conduct in interactions with employees, partners, and authorities.</i> <i>определять принципы и нормы кодекса этики и профессионального поведения во взаимодействии с сотрудниками, партнёрами и органами власти.</i>
CG 6. Elaborarea și implementarea strategiilor în vederea asigurării dezvoltării durabile <i>Developing and Implementing Sustainable Development Strategies</i> <i>Разработка и внедрение стратегий обеспечения устойчивого развития</i>	7) identifica principiile și normele codului de etică și conduită profesională în interacțiunile cu angajații, partenerii și autoritățile. <i>identify the principles and norms of the code of ethics and professional conduct in interactions with employees, partners, and authorities.</i> <i>определять принципы и нормы кодекса этики и профессионального поведения во взаимодействии с сотрудниками, партнерами и государственными органами.</i>
CP 1. Elaborarea și implementarea unui sistem managerial eficient <i>Developing and Implementing an Efficient Management System</i> <i>Разработка и внедрение эффективной системы управления</i>	8) identifica instrumente manageriale avansate, abordări inovatoare, în vederea eficientizării activității organizației. <i>identify advanced managerial tools and innovative approaches to enhance organizational efficiency.</i> <i>определять передовые управленческие инструменты и инновационные подходы для повышения эффективности деятельности организации.</i>
CP1. Planificarea procesului de cercetare în marketing* <i>Planning the Marketing Research Process</i> <i>Планирование процесса маркетингового исследования</i>	9) elabora programul general de cercetări în marketing al organizației, pornind de la obiectivele stabilite și problemele trasate (studiu de caz), estimând bugetul aferent cercetării de marketing. <i>to develop the organization's overall marketing research program based on the defined objectives and identified problems (case study), including the estimation of the marketing research budget.</i> <i>разрабатывать общую программу маркетинговых исследований организации, исходя из поставленных целей и выявленных проблем (кейс), с расчетом бюджета на маркетинговое исследование.</i>
CP 2. Identificarea obiectivelor strategice și indicatorilor de performanță <i>Identifying Strategic Objectives and Performance Indicators</i> <i>Определение стратегических целей и показателей эффективности</i>	10) efectua analize complexe ale mediului de afaceri și evalua opțiuni strategice pentru optimizarea performanței organizaționale. <i>conduct comprehensive analyses of the business environment and evaluate strategic options for optimizing organizational performance.</i> <i>проводить комплексный анализ бизнес-среды и оценивать стратегические варианты для оптимизации эффективности организации.</i> 11) planifica proiecte de complexitate ridicată, lucrând în echipă și respectând cerințele stabilite. <i>plan highly complex projects, working in teams and adhering to established requirements.</i> <i>планировать сложные проекты, работая в команде и соблюдая установленные требования.</i>
CP2. Organizarea și evaluarea procesului de cercetare în marketing* <i>Organizing and Evaluating the Marketing Research Process</i> <i>Организация и оценка процесса маркетингового исследования</i>	12) aplica metodele de cercetare în marketing și prezenta rezultatele cercetărilor prin diverse rapoarte elaborate, aplicând tehnologii informaționale <i>to apply marketing research methods and present the research results through various reports, using information technologies</i> <i>применять методы маркетингового исследования и представлять результаты в виде различных отчетов с использованием ИТ-технологий.</i>

CP 3. Coordonarea activităților operaționale <i>Coordination of Operational Activities</i> <i>Координация операционной деятельности</i>	13) analiza activitățile operaționale pentru a asigura respectarea standardelor de calitate și a optimiza procesele în cadrul organizației. <i>analyze operational activities to ensure compliance with quality standards and optimize organizational processes.</i> <i>анализировать операционные процессы для обеспечения соответствия стандартам качества и оптимизации внутриорганизационных процессов.</i>
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 Management</i> <i>Управление бюджетом и финансами</i>	14) efectua analize financiare complexe și identifica metode potrivite de gestiune a resurselor financiare. <i>conduct complex financial analyses and identify appropriate methods for managing financial resources.</i> <i>проводить комплексный финансовый анализ и определять подходящие методы управления финансовыми ресурсами.</i>
CP 6. Managementul resurselor umane <i>Human Resources Management</i> <i>Управление человеческими ресурсами</i>	15) analiza practici și strategii potrivite pentru a asigura alinierea resurselor umane cu obiectivele organizaționale. <i>analyze suitable practices and strategies to align human resources with organizational objectives.</i> <i>анализировать соответствующие практики и стратегии для согласования управления персоналом с целями организации.</i>
CP 7. Organizarea activităților de marketing <i>Organizing marketing activities</i> <i>Организация маркетинговой деятельности</i>	16) realiza analize avansate ale pieței și elabora strategii de marketing pentru a sprijini creșterea și poziționarea competitivă a organizației. <i>conduct advanced market analyses and develop marketing strategies to support organizational growth and competitive positioning.</i> <i>проводить углублённый анализ рынка и разрабатывать маркетинговые стратегии для поддержки роста и конкурентного позиционирования организации.</i>
CP 8. Oferirea de consultanță cu privire la soluțiile de eficientizare a proceselor de afaceri <i>Offering consultancy on business process optimization solutions</i> <i>Предоставление консультаций по оптимизации бизнес-процессов</i>	17) analiza procesele de afaceri și oferi consultanță în ceea ce privește soluțiile adecvate de optimizare a activității. <i>analyze business processes and provide consultancy on appropriate solutions for optimizing organizational activities.</i> <i>анализировать бизнес-процессы и предоставлять консультации по подходящим решениям для оптимизации деятельности организации.</i>
CP8. Organizarea activității de achiziții* <i>Organizing the Procurement Process</i> <i>Организация процесса закупок</i>	18) prezenta procesul de organizare a achizițiilor, pornind de la strategiile, politicile, planurilor de achiziții aprobate, utilizând tehnologii informaționale. <i>to present the procurement organization process based on approved strategies, policies, and procurement plans, using information technologies.</i> <i>представлять процесс организации закупок на основе утвержденных стратегий, политик и планов закупок, используя информационные технологии.</i>
CP9. Organizarea activităților de transport, depozitare și distribuție a bunurilor* <i>Organizing Transport, Storage, and Distribution Activities</i> <i>Организация транспортировки, хранения и распределения товаров</i>	19) descrie procesul de organizare a distribuției, pornind de la strategiile, politicile, planurile de stocare și distribuție aprobate, utilizând tehnologii informaționale. <i>to describe the distribution organization process based on approved strategies, policies, and storage and distribution plans, using information technologies.</i> <i>описывать процесс организации распределения на основе утвержденных стратегий, политик и планов хранения и распределения, с использованием ИТ.</i>
CP 9. Implementarea schimbărilor organizaționale <i>Implementing Organizational Changes</i> <i>Внедрение организационных изменений</i>	20) identifica și prezenta diverse strategii și metode pentru a implementa schimbările organizaționale. <i>identify and present various strategies and methods for implementing organizational changes.</i> <i>определять и представлять различные стратегии и методы внедрения организационных изменений.</i>
CP 10. Restructurarea și transformarea sustenabilă a afacerii <i>Restructuring and Sustainable Business Transformation</i> <i>Реструктуризация и устойчивое преобразование бизнеса</i>	
CP10. Organizarea activităților de publicitate, relații publice și de informare publică*	21) planifica activitățile de publicitate, relațiile publice și de informare publică ale organizației atât în mediul online, cât și offline, estimând bugetul de comunicare în marketing, prin tehnologii informaționale.

<i>Organizing Advertising, Public Relations, and Public Information Activities</i> <i>Организация рекламной, PR и информационной деятельности</i>	to plan the organization's advertising, public relations, and public information activities in both online and offline environments, estimating the marketing communication budget through the use of information technologies. <i>планировать рекламную, PR и информационную деятельность организации как онлайн, так и офлайн, с расчетом бюджета маркетинговых коммуникаций с использованием ИТ.</i>
CP 11. Proiectarea și realizarea cercetărilor științifice <i>Designing and Conducting Scientific Research</i> <i>Проектирование и проведение научных исследований</i>	22) aplica creativ metode de cercetare științifică pentru soluționarea unor probleme complexe în domeniul administrării afacerilor. <i>creatively apply scientific research methods to solve complex problems in business administration.</i> <i>творчески применять методы научного исследования для решения сложных проблем в управлении бизнесом.</i>
CP11. Gestionarea campaniilor de comunicare ale organizației* <i>Managing the Organization's Communication Campaigns</i> <i>Управление коммуникационными кампаниями организации</i>	23) planifica activitățile la nivel operațional, pornind de la strategia de comunicare aprobată, implicând responsabilitățile zilnice ale angajaților privind elaborarea conținuturilor de comunicare, de rând cu realizarea în timp a acestora și plasarea în mass-media. <i>to plan operational-level activities based on the approved communication strategy, including the daily responsibilities of employees in developing communication content, ensuring timely execution, and dissemination through mass media.</i> <i>планировать операционные мероприятия на основе утвержденной стратегии коммуникаций, включая повседневные обязанности сотрудников по подготовке контента, его своевременному выполнению и размещению в СМИ.</i>
CP12. Monitorizarea contextului creativ în realizarea activităților de marketing* <i>Enhancing the Efficiency of Marketing Activities</i> <i>Мониторинг креативной среды в маркетинговой деятельности</i>	24) prezenta argumentat idei și strategii noi în domeniul marketing și logistică, urmărind spiritul creativ, unic, modern, inconfundabil, atât la nivel strategic, cât și operational. <i>to develop proposals for improving marketing activities (through case studies), based on the results of a marketing audit and using information technologies.</i> <i>обоснованно представлять новые идеи и стратегии в маркетинге и логистике, отражающие уникальность и современный креативный подход как на стратегическом, так и на операционном уровне.</i>
CP14. Eficientizarea activităților de marketing* <i>Enhancing the Efficiency of Marketing Activities</i> <i>Повышение эффективности маркетинговой деятельности</i>	25) elabora propuneri de eficientizare a activităților (prin studiu de caz), pornind de la rezultatele auditului de marketing, utilizând tehnologii informaționale. <i>to develop proposals for improving marketing activities (through case studies), based on the results of a marketing audit and using information technologies.</i> <i>разрабатывать предложения по повышению эффективности маркетинговой деятельности (на основе кейс-исследований), исходя из результатов маркетингового аудита и с использованием ИТ.</i>

Denumirea unității de curs/module Title of the course/module Наименование учебной дисциплины / модуля	Cod/ Code Код	Nr. ECTS Nr. of ECT Количество ECTS-кредитов	Rezultatele învățării Learning Outcomes Результаты обучения																									
			Generale / General / Общие							Profesionale / Professional / Профессиональные																		
			CG1	CG2	CG2*	CG3	CG4	CG5	CG6	CP1	CP1*	CP2	CP2*	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP8*	CP9*	CP9	CP10	CP10*	CP11	CP11*	CP12*	CP14*
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC Learning Outcomes According to CNC Level Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC																									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
internaționale Regulation of the Business Environment and Commercial Usances in International Contracts Правовое регулирование деловой среды и коммерческой практики в международных договорах																												
Management strategic și strategii de afaceri Strategic Management and Business Strategy Стратегическое управление и бизнес-стратегии	S1.O.04	6			0.6	0.6					0.6			0.6				0.6		0.6					0.6	0.6	0.6	
Analitica marketingului și analiza datelor	S2.O.05	6			0.75	0.75					0.75			0.75								0.75		0.75	0.75	0.75		

Denumirea unității de curs/module Title of the course/module Наименование учебной дисциплины / модуля	Cod/ Code Код	Nr. ECTS Nr. of ECT Количество ЕCTS-кредитов	Rezultatele învățării Learning Outcomes Результаты обучения																									
			Generale / General / Общие							Profesionale / Professional / Профессиональные																		
			CG1	CG2	CG2*	CG3	CG4	CG5	CG6	CP1	CP1*	CP2	CP2*	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP8*	CP9*	CP9	CP10	CP10*	CP11	CP11*	CP12*	CP14*
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC Learning Outcomes According to CNC Level Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC																									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
Marketing Analytics and Data Insights Аналитика маркетинга и анализ данных																												
Studii comparate: reglementări, politici, reforme și tendințe în management, marketing și logistică (ateliere) Comparative Studies: Reglementation, Policies, Reforms and Trends in Management, Marketing and Logistics (Workshops) Сравнительные исследования: регулирование, политика, реформы и тенденции в менеджменте маркетинге и логистике (практические занятия)	F.O.06	6	0.5	0.5	0.5	0.5			0.5			0.5			0.5	0.5								0.5	0.5	0.5		

Denumirea unității de curs/module Title of the course/module Наименование учебной дисциплины / модуля	Cod/ Code Код	Nr. ECTS Nr. of ECT Количество ECTS-кредитов	Rezultatele învățării Learning Outcomes Результаты обучения																											
			Generale / General / Общие							Profesionale / Professional / Профессиональные																				
			CG1	CG2	CG2*		CG3	CG4	CG5	CG6	CP1	CP1*	CP2		CP2*	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP8*	CP9*	CP9	CP10	CP10*	CP11	CP11*	CP12*	CP14*
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC Learning Outcomes According to CNC Level Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC																											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		14	15	16	17	18	19	20		21	22	23	24	25	
Proprietate intelectuală și drepturi de autor în activitatea economică Intellectual Property and Copyright in Economic Activity Интеллектуальная собственность и авторские права в экономической деятельности	F.O.07	6	2	1				1							1	1														
Metodologii alternative în managementul proiectelor Alternative Methodologies in Project Management Альтернативные методологии в управлении проектами	S1.O.08	6	2							1	1		1								1									
Strategii de marketing și poziționare competitivă	SP.O.09	6			0.6	0.6						0.6							0.6	0.6			0.6		0.6	0.6	0.6			

Denumirea unității de curs/module Title of the course/module Наименование учебной дисциплины / модуля	Cod/ Code Код	Nr. ECTS Nr. of ECT Количество ЕCTS-кредитов	Rezultatele învățării Learning Outcomes Результаты обучения																									
			Generale / General / Общие							Profesionale / Professional / Профессиональные																		
			CG1	CG2	CG2*	CG3	CG4	CG5	CG6	CP1	CP1*	CP2	CP2*	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP8*	CP9*	CP9	CP10	CP10*	CP11	CP11*	CP12*	CP14*
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC Learning Outcomes According to CNC Level Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC																									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
Marketing Strategies and Competitive Positioning Маркетинговые стратегии и конкурентное позиционирование																												
Practica profesională I: integrarea în mediu profesional Professional Internship I: Integration into the Professional Environment Профессиональная практика I: интеграция в профессиональную среду	SP.O.10	6									0.5		0.5		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5		0.5	0.5		0.5				
Finanțare antreprenorială și analiza deciziilor manageriale Entrepreneurial Financing and Managerial Decision Analysis Финансирование предпринимательства и анализ	S1.A.11	6				2									1			1	1	1								

Denumirea unității de curs/module Title of the course/module Наименование учебной дисциплины / модуля	Cod/ Code Код	Nr. ECTS Nr. of ECT Количество ECTS-кредитов	Rezultatele învățării Learning Outcomes Результаты обучения																									
			Generale / General / Общие							Profesionale / Professional / Профессиональные																		
			CG1	CG2	CG2*	CG3	CG4	CG5	CG6	CP1	CP1*	CP2	CP2*	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP8*	CP9*	CP9	CP10	CP10*	CP11	CP11*	CP12*	CP14*
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC Learning Outcomes According to CNC Level Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC																									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
управленческих решений																												
Analiză financiară strategică și managementul riscurilor Strategic Financial Analysis and Risk Management Стратегический финансовый анализ и управление рисками	S1.A.12				2									1			1	1	1									
Designul rețelelor logistice globale Global Logistics Network Design Проектирование глобальных логистических сетей	S2.A.13	6																1	1				1	1	2			
Decizii manageriale în lanțurile de aprovizionare Managerial Decision-Making in Supply Chains Управленческие решения в	S2.A.14																	1	1				1	1	2			

Denumirea unității de curs/module <i>Title of the course/module</i> <i>Наименование учебной дисциплины / модуля</i>	Cod/ <i>Code</i> <i>Код</i>	Nr. ECTS <i>Nr. of ECT</i> <i>Количество ECTS-кредитов</i>	Rezultatele învățării <i>Learning Outcomes</i> <i>Результаты обучения</i>																									
			Generale / General / Общие							Profesionale / Professional / Профессиональные																		
			CG1	CG2	CG2*	CG3	CG4	CG5	CG6	CP1	CP1*	CP2	CP2*	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP8*	CP9*	CP9	CP10	CP10*	CP11	CP11*	CP12*	CP14*
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC <i>Learning Outcomes According to CNC Level</i> <i>Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC</i>																									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
цeпoчкax пocтaвoк																												
Proiectarea și gestionarea comunicațiilor integrate de marketing <i>Designing and Managing Integrated Marketing Communications</i> <i>Проектирование и управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями</i>	S2.A.15	6	0.75							0.75	0.75		0.75							0.75		0.75		0.75				
Contabilitate managerială și analiza riscurilor în deciziile de marketing <i>Managerial Accounting and Risk Analysis in Marketing Decision-Making</i> <i>Управленческий учет и анализ рисков в маркетинговом</i>	S2.A.16					1								1			1	1	1							1		

Denumirea unității de curs/module Title of the course/module Наименование учебной дисциплины / модуля	Cod/ Code Код	Nr. ECTS Nr. of ECT Количество ECTS-кредитов	Rezultatele învățării Learning Outcomes Результаты обучения																									
			Generale / General / Общие							Profesionale / Professional / Профессиональные																		
			CG1	CG2	CG2*	CG3	CG4	CG5	CG6	CP1	CP1*	CP2	CP2*	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP8*	CP9*	CP9	CP10	CP10*	CP11	CP11*	CP12*	CP14*
			Rezultate ale învățării conform nivelului CNC Learning Outcomes According to CNC Level Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC																									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
процессе принятия решений																												
Practica profesională II: aplicarea competențelor avansate Professional Internship II: Application of Advanced Skills Профессиональн ая практика II: применение продвинутых компетенций	SP.O.1 7	12			1	1							1		1	0.5	1	0.5	0.5	1		1		1	1	1		
Strategii sustenabile pentru logistica afacerilor Strategies for Sustainable Business Logistics Устойчивые стратегии в бизнес-логистике	S2.A.18	6															1	1						1	1	2		
Inovație și durabilitate în lanțurile de aprovizionare	S2.A.19				1						1							0.5	0.5					1	1	1		

Denumirea unității de curs/module Title of the course/module Наименование учебной дисциплины / модуля	Cod/ Code Код	Nr. ECTS Nr. of ECT	Количество ECTS-кредитов	Rezultatele învățării Learning Outcomes Результаты обучения																									
				Generale / General / Общие							Profesionale / Professional / Профессиональные																		
				CG1	CG2	CG2*	CG3	CG4	CG5	CG6	CP1	CP1*	CP2	CP2*	CP3	CP4	CP5	CP6	CP7	CP8	CP8*	CP9*	CP9	CP10	CP10*	CP11	CP11*	CP12*	CP14*
				Rezultate ale învățării conform nivelului CNC Learning Outcomes According to CNC Level Результаты обучения в соответствии с уровнем CNC																									
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
Innovation and Sustainability in Supply Chains Инновации и устойчивость в цепочках поставок																													
Elaborarea și susținerea tezei de master Master's Thesis Development and Defense Подготовка и защита магистерской диссертации		24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0.5	1	1	1	1	1	1	1	1	0.5	1				

NOTĂ EXPLICATIVĂ EXPLANATORY NOTE ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1. Descrierea programului de studii

Programul de master Management, Marketing și Logistică reprezintă un parcurs educațional avansat, conceput pentru a pregăti specialiști capabili să gestioneze complexitatea proceselor organizaționale în contextul economic actual. Acesta se încadrează în domeniul general de studiu 041 – Științe Economice, cu specializări în 0413 – Business și administrare și 0414 – Marketing și publicitate, oferind o calificare corespunzătoare nivelului 7 CNC/ISCED.

Programul este structurat pentru a îmbina pregătirea teoretică riguroasă cu formarea practică, punând accent pe dezvoltarea competențelor strategice, operaționale și analitice, esențiale în activitatea economică modernă. Absolvenții vor fi capabili să contribuie la formularea și implementarea strategiilor de dezvoltare în organizații publice și private, să coordoneze activități de marketing și logistică și să răspundă eficient provocărilor dinamice ale mediului de afaceri contemporan.

Curriculumul este organizat pe module fundamentale, de specialitate și opționale, asigurând o pregătire comprehensivă și integrată în cele trei domenii principale. Printre tematicile centrale ale programului se regăsesc:

- 1) management strategic și operațional – dezvoltarea abilităților de analiză decizională, leadership și coordonare a resurselor organizaționale;
- 2) marketing digital, comunicare integrată și analiză de piață – înțelegerea profundă a comportamentului consumatorului și a tehnicilor moderne de promovare;
- 3) logistică durabilă și lanțuri de aprovizionare – proiectarea și optimizarea proceselor logistice în context global și sustenabil.

Programul include și o componentă semnificativă de cercetare aplicată în domeniul managementului și marketingului, care sprijină dezvoltarea de soluții inovative și fundamentate științific. Studenții sunt încurajați să participe activ la proiecte de cercetare, să utilizeze instrumente moderne de analiză și să colaboreze cu mediul economic real prin stagii de practică și consultanță.

Un alt aspect important este accentul pus pe formarea competențelor antreprenoriale și manageriale necesare pentru inițierea și dezvoltarea de afaceri proprii sau pentru asumarea de roluri de conducere în organizații complexe. Această orientare practică facilitează integrarea rapidă a absolvenților pe piața muncii și crește atractivitatea profesională a acestora.

Absolvenții programului sunt pregătiți pentru ocuparea unor funcții precum: market analyst, traffic manager, account manager, consilier de marketing, brand manager assistant, logistic planner, media planner, strategic project coordinator, product manager assistant, etc.

Prin caracterul său interdisciplinar și orientarea spre aplicabilitate, programul Management, Marketing și Logistică contribuie la formarea unor profesioniști adaptabili, creativi și pregătiți să răspundă nevoilor reale ale economiei moderne. Recunoscut pentru relevanța sa academică și practică, programul oferă o bază solidă pentru evoluția în carieră și, totodată, pentru accesul la studii doctorale în domenii conexe.

1. Program Description

The Master's program Management, Marketing and Logistics is an advanced educational path designed to prepare professionals capable of managing the complexity of organizational processes in today's economic environment. It falls within the general field of study 041 – Economic Sciences, with professional training areas in 0413 – Business and Administration and 0414 – Marketing and Advertising, and corresponds to level 7 of the ISCED/CNC qualification framework.

The program is structured to combine rigorous theoretical knowledge with practical training, placing emphasis on the development of strategic, operational, and analytical skills essential to modern economic activity. Graduates will be able to formulate and implement development strategies in public and private organizations, coordinate marketing and logistics activities, and respond effectively to the dynamic challenges of the business environment.

The curriculum is organized into fundamental, specialized, and optional modules, ensuring comprehensive and integrated training in the three main areas. Core topics covered by the program include:

- 1) *Strategic and operational management – developing decision-making, leadership, and resource coordination skills;*
- 2) *Digital marketing, integrated communication, and market analysis – gaining an in-depth understanding of consumer behavior and modern promotion techniques;*
- 3) *Sustainable logistics and supply chain management – designing and optimizing logistics processes in a global and sustainable context.*

The program also includes a strong applied research component in the fields of management and marketing, supporting the development of innovative and evidence-based solutions. Students are encouraged to actively participate in research projects, use modern analytical tools, and collaborate with real-world businesses through internships and consultancy initiatives.

Another key focus is the development of entrepreneurial and managerial competencies necessary for launching and managing one's own business or taking on leadership roles in complex organizations. This practical orientation facilitates a smooth integration into the labor market and enhances the professional appeal of graduates.

Graduates will be qualified for entry-level and mid-level positions such as: market analyst, traffic manager, account manager, marketing consultant, brand manager assistant, logistics planner, media planner, strategic project coordinator, product manager assistant, and others.

Thanks to its interdisciplinary nature and applied focus, the Management, Marketing and Logistics program contributes to the formation of adaptable, creative professionals ready to meet the real-world needs of today's economy. Recognized for both its academic and practical relevance, the program provides a solid foundation for career advancement and access to doctoral studies in related fields.

1. Описание образовательной программы

Магистерская программа «Менеджмент, маркетинг и логистика» представляет собой продвинутый образовательный курс, направленный на подготовку специалистов, способных управлять сложными организационными процессами в современных экономических условиях. Программа относится к общему направлению 041 – Экономические науки, со специализациями в 0413 – Бизнес и управление, а также 0414 – Маркетинг и реклама, и соответствует уровню 7 CNC/ISCED.

Программа структурирована таким образом, чтобы сочетать фундаментальную теоретическую подготовку с практическими навыками, акцентируя внимание на развитии стратегических, операционных и аналитических компетенций, необходимых в современной экономике. Выпускники смогут разрабатывать и внедрять стратегии развития в публичных и частных организациях, координировать деятельность в области маркетинга и логистики, а также эффективно реагировать на динамичные вызовы деловой среды.

Учебный план включает фундаментальные, специализированные и факультативные модули, обеспечивая комплексную и интегрированную подготовку в трёх ключевых направлениях. Среди основных тем программы:

- стратегический и операционный менеджмент – развитие навыков принятия решений, лидерства и координации организационных ресурсов;
- цифровой маркетинг, интегрированные коммуникации и анализ рынка – глубокое понимание поведения потребителей и современных методов продвижения;
- устойчивая логистика и цепочки поставок – проектирование и оптимизация логистических процессов в глобальном и устойчивом контексте.

Программа также включает значимый компонент прикладных исследований в области менеджмента и маркетинга, что способствует разработке инновационных и научно обоснованных решений. Студенты поощряются к участию в исследовательских проектах, использованию современных аналитических инструментов, а также к сотрудничеству с реальной деловой средой через стажировки и консультации.

Отдельное внимание уделяется развитию предпринимательских и управленческих навыков, необходимых как для создания собственного бизнеса, так и для выполнения руководящих ролей в сложных организациях. Эта практическая направленность способствует быстрой интеграции выпускников на рынке труда и повышает их профессиональную привлекательность.

Выпускники программы подготовлены к таким должностям, как: аналитик рынка, трафик-менеджер, аккаунт-менеджер, маркетинговый консультант, помощник бренд-менеджера, логист-планировщик, медиапланер, координатор стратегических проектов, помощник продакт-менеджера и др.

Благодаря междисциплинарному подходу и практической направленности программа «Менеджмент, маркетинг и логистика» формирует адаптивных, креативных специалистов, готовых отвечать на реальные потребности современной экономики. Программа признана как академически, так и практически значимая, предоставляя прочную основу как для карьерного роста, так и для поступления в докторантуру по смежным направлениям.

2. Competențele generale și profesionale asigurate de programul de studii

Programul de master *Management, Marketing și Logistică* reprezintă un traseu educațional avansat, orientat spre formarea aprofundată a specialiștilor capabili să gestioneze procese complexe din cadrul organizațiilor economice, în contexte naționale și internaționale. Structura programului este concepută pentru a dezvolta competențe esențiale în management strategic, marketing operațional și digital, logistică durabilă și luarea deciziilor, oferind o bază solidă de cunoștințe teoretice și abilități aplicative, adaptate cerințelor pieței muncii.

Competențele generale:

- CG 1. Aplicarea mecanismelor economice și a conceptelor majore ale economiei
- CG 2. Organizarea activității conform cadrului juridic aferent afacerilor
- CG2 .Elaborarea strategiilor și a deciziilor de asigurare a dezvoltării durabile a entităților
- 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 1. Elaborarea și implementarea unui sistem managerial eficient
- CP 2. Identificarea obiectivelor strategice și indicatorilor de performanță
- CP2. Organizarea și evaluarea procesului de cercetare în marketing*
- 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
- CP8. Organizarea activității de achiziții*
- CP 9. Implementarea schimbărilor organizaționale
- CP9. Organizarea activităților de transport, depozitare și distribuție a bunurilor*
- CP 10. Restructurarea și transformarea sustenabilă a afacerii
- CP10. Organizarea activităților de publicitate, relații publice și de informare publică*
- CP 11. Proiectarea și realizarea cercetărilor științifice
- CP11. Gestionarea campaniilor de comunicare ale organizației*
- CP12. Monitorizarea contextului creativ în realizarea activităților de marketing*
- CP14. Eficientizarea activităților de marketing*

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

Absolvenții programului „Management, Marketing și Logistică” dobândesc cunoștințe aprofundate și aplicate în domeniile managementului organizațional, marketingului strategic și logisticii moderne. Printre cunoștințele esențiale se regăsesc:

- 1) analiza și formularea strategiilor de dezvoltare organizațională;
- 2) utilizarea instrumentelor de cercetare a pieței și luarea deciziilor informate;
- 3) aplicarea tehnologiilor digitale în procesele logistice și de marketing;
- 4) proiectarea lanțurilor de aprovizionare durabile și optimizarea acestora.

Programul pune un accent deosebit pe dezvoltarea abilităților practice, inclusiv:

- 1) elaborarea și implementarea planurilor de afaceri și marketing;

- 2) gestionarea relației cu clienții și cu partenerii de afaceri;
- 3) folosirea datelor în procese decizionale și în evaluarea performanței;
- 4) integrarea eficiență în echipe multidisciplinare și internaționale.

Programul este conceput pentru a forma specialiști capabili să acționeze cu autonomie în procesul decizional, să adapteze strategiile organizaționale la dinamica mediului economic și să respecte principiile eticii și responsabilității corporative. Absolvenții sunt pregătiți să activeze atât în sectorul privat, cât și în cel public sau în organizații internaționale, demonstrând flexibilitate și orientare către performanță și inovație.

Acest program contribuie la formarea unor profesioniști competenți, versatili și orientați spre dezvoltare continuă, pregătiți să răspundă provocărilor complexe ale mediului economic contemporan și să contribuie activ la evoluția organizațiilor moderne.

2. General and professional competences provided by the study program

The Master's program Management, Marketing and Logistics is an advanced educational path aimed at the comprehensive training of specialists capable of managing complex processes within economic organizations in both national and international contexts. The structure of the program is designed to develop essential competencies in strategic management, operational and digital marketing, sustainable logistics, and decision-making, providing a solid foundation of theoretical knowledge and applied skills tailored to labor market demands.

General Competencies (GC):

- GC1. Applying economic mechanisms and key economic concepts
- GC2. Organizing activities in accordance with the legal framework relevant to business
- GC3. Developing strategies and decisions to ensure the sustainable development of entities
- GC4. Analyzing data and information from various functional areas of business
- GC5. Making decisions to identify and implement optimal solutions
- GC6. Observing professional ethical principles
- GC7. Designing and implementing strategies for sustainable development

Professional Competencies (PC):

- PC1. Designing and implementing an effective management system
- PC2. Identifying strategic objectives and performance indicators
- PC3. Organizing and evaluating the marketing research process*
- PC4. Coordinating operational activities
- PC5. Ensuring the quality of processes/products/services
- PC6. Managing budgets and finances
- PC7. Managing human resources
- PC8. Organizing marketing activities
- PC9. Providing consultancy on business process optimization solutions
- PC10. Organizing procurement activities*
- PC11. Implementing organizational change
- PC12. Organizing transport, storage, and distribution of goods*
- PC13. Business restructuring and sustainable transformation
- PC14. Organizing advertising, public relations, and public information activities*
- PC15. Designing and conducting scientific research
- PC16. Managing organizational communication campaigns*
- PC17. Monitoring the creative context in marketing activities*
- PC18. Improving the efficiency of marketing activities*

Transversal Competencies (TC):

- TC1. Generating creative ideas and problem-solving
- TC2. Performing tasks autonomously and responsibly
- TC3. Communication, collaboration, and teamwork
- TC4. Efficient use of digital technologies
- TC5. Rapid and effective adaptation to change / Agility
- TC6. Personal and professional development
- TC7. Developing partnerships

Graduates of the "Clinical Psychology and Psychological Counseling" program gain in-depth and applied knowledge in clinical psychology and counseling, covering both fundamental and specialized aspects. Among the essential knowledge provided, graduates learn to:

- differentiate and analyze types of psychological problems and complex clinical situations;
- master key notions of psychological diagnostics, professional ethics, and intervention techniques;
- integrate methodological and research elements into professional activities to contribute to advancing knowledge in the field.

The program places a strong emphasis on the development of practical skills, including:

- applying psychological diagnostic tools and interpreting obtained data;
- designing and implementing personalized therapeutic interventions;
- using varied methods of psychological counseling.
- effectively collaborating in multidisciplinary teams and providing psychological support in diverse contexts.

Graduates of the "Management, Marketing and Logistics" program acquire advanced and applied knowledge in the fields of organizational management, strategic marketing, and modern logistics. Key knowledge areas include:

- 1) Analyzing and formulating organizational development strategies;
- 2) Using market research tools and making data-informed decisions;
- 3) Applying digital technologies in logistics and marketing processes;
- 4) Designing and optimizing sustainable supply chains.

The program places strong emphasis on the development of practical skills, including:

- 1) Developing and implementing business and marketing plans;
- 2) Managing client and business partner relationships;

- 3) Utilizing data in decision-making and performance evaluation;
- 4) Integrating effectively into multidisciplinary and international teams.

The program is designed to train professionals who are capable of acting autonomously in decision-making processes, adapting organizational strategies to the dynamics of the economic environment, and upholding the principles of ethics and corporate responsibility. Graduates are prepared to work in both the private and public sectors, as well as in international organizations, demonstrating flexibility and a strong orientation toward performance and innovation.

This program contributes to the formation of competent, versatile professionals committed to continuous development, well-equipped to respond to the complex challenges of today's economic landscape and actively contribute to the advancement of modern organizations.

2. Общие и профессиональные компетенции, обеспечиваемые образовательной программой

Магистерская программа «Менеджмент, маркетинг и логистика» представляет собой продвинутую образовательную программу, ориентированную на углубленную подготовку специалистов, способных управлять сложными процессами в рамках экономических организаций в национальном и международном контексте. Структура программы направлена на развитие ключевых компетенций в области стратегического менеджмента, операционного и цифрового маркетинга, устойчивой логистики и принятия решений, обеспечивая прочную теоретическую базу и практические навыки, соответствующие требованиям рынка труда.

Общие компетенции (CG):

- CG 1. Применение экономических механизмов и ключевых экономических концепций
- CG 2. Организация деятельности в соответствии с правовой базой, регулирующей бизнес
- CG 3. Разработка стратегий и принятие решений для обеспечения устойчивого развития организаций
- CG 4. Анализ данных и информации из различных функциональных областей бизнеса
- CG 5. Принятие решений и разработка оптимальных решений в сложных ситуациях
- CG 6. Соблюдение принципов профессиональной этики в управленческой практике
- CG 7. Разработка и реализация стратегий устойчивого развития

Профессиональные компетенции (CP):

- CP 1. Разработка и внедрение эффективной системы управления
- CP 2. Определение стратегических целей и показателей эффективности
- CP 3. Организация и проведение маркетинговых исследований*
- CP 4. Координация операционной деятельности организации
- CP 5. Обеспечение качества процессов, продуктов и услуг
- CP 6. Управление бюджетами и финансовыми ресурсами
- CP 7. Управление человеческими ресурсами
- CP 8. Организация маркетинговой деятельности
- CP 9. Консультирование по вопросам оптимизации бизнес-процессов
- CP 10. Организация процессов закупки и снабжения*
- CP 11. Реализация организационных изменений
- CP 12. Организация процессов транспортировки, хранения и распределения товаров*
- CP 13. Проведение реструктуризации и устойчивой трансформации бизнеса
- CP 14. Организация и управление рекламной, PR-деятельностью и общественным информированием*
- CP 15. Проектирование и реализация научных исследований
- CP 16. Управление коммуникационными кампаниями организации*
- CP 17. Мониторинг креативного контекста в маркетинговой деятельности*
- CP 18. Повышение эффективности маркетинговой деятельности*

Трансверсальные (надпрофессиональные) компетенции (CT):

- CT 1. Формирование и развитие креативного мышления и навыков решения проблем
- CT 2. Самостоятельное и ответственное выполнение профессиональных задач
- CT 3. Эффективная коммуникация, сотрудничество и командная работа
- CT 4. Использование современных цифровых технологий в профессиональной деятельности
- CT 5. Адаптация к изменениям и развитие организационной гибкости
- CT 6. Поддержание личностного и профессионального развития
- CT 7. Установление и развитие профессиональных партнёрств

Выпускники программы «Менеджмент, маркетинг и логистика» получают углубленные и прикладные знания в области организационного менеджмента, стратегического маркетинга и современной логистики. К ключевым знаниям относятся:

- анализ и разработка стратегий организационного развития;
- использование инструментов маркетинговых исследований и принятие обоснованных решений;
- применение цифровых технологий в логистических и маркетинговых процессах;
- проектирование и оптимизация устойчивых цепочек поставок.

Программа делает акцент на развитии практических навыков, включая:

- разработку и реализацию бизнес- и маркетинговых планов;
- управление взаимоотношениями с клиентами и партнёрами;
- использование данных в процессе принятия решений и оценки эффективности;
- эффективную интеграцию в междисциплинарные и международные команды.

Программа нацелена на подготовку специалистов, способных автономно принимать решения, адаптировать организационные стратегии к изменяющейся экономической среде и соблюдать этические и корпоративные стандарты. Выпускники готовы работать как в частном, так и в государственном секторе или в международных организациях, демонстрируя гибкость, ориентированность на результат и инновационное мышление.

Эта программа формирует компетентных, универсальных и ориентированных на развитие профессионалов, способных справляться со сложными вызовами современной экономики и вносить активный вклад в развитие современных организаций.

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

Programul de master *Management, Marketing și Logistică* este conceput pentru a forma specialiști capabili să gestioneze eficient procese economice complexe și să contribuie la dezvoltarea sustenabilă a organizațiilor în contexte naționale și internaționale. Programul pune accent pe formarea competențelor strategice și operaționale necesare pentru adaptarea la dinamica mediului de afaceri contemporan și pentru asumarea responsabilită a deciziilor economice.

Acest demers educațional se aliniază misiunii Universității Libere Internaționale din Moldova (ULIM), fiind fundamentat pe direcțiile stabilite de Strategia de dezvoltare „Educația 2030”, Cadrul Național al Calificărilor (CNCRM) și Cadrul European al Calificărilor (EQF). Totodată, programul este integrat în obiectivele instituționale prevăzute în Carta ULIM și Strategia de dezvoltare a universității pentru perioada 2025–2030, în deplină concordanță cu valorile și conceptul educațional promovat de Facultatea de Științe Sociale și ale Educației.

În acord cu misiunea ULIM, programul contribuie la transmiterea valorilor culturale universale și naționale, promovând dezvoltarea profesională și umană a tinerelor generații. Acesta este orientat spre formarea studenților într-un spirit democratic, bazat pe respectul pentru drepturile individuale, responsabilitate socială și implicare activă în progresul economic, social și cultural al societății.

Obiectivele specifice ale programului:

- 1) Dezvoltarea unei baze solide de cunoștințe teoretice și aplicative în domeniile managementului, marketingului și logisticii, cu accent pe luarea deciziilor strategice și operaționale;
- 2) Pregătirea pentru identificarea și implementarea soluțiilor inovatoare în administrarea afacerilor, în corelare cu cerințele pieței și tendințele globale;
- 3) Însușirea tehnicilor moderne de analiză de piață, comunicare integrată și marketing digital, adaptate la comportamentul consumatorului și contextul tehnologic actual;
- 4) Formarea abilităților necesare pentru proiectarea și optimizarea lanțurilor de aprovizionare și gestionarea eficientă a proceselor logistice;
- 5) Dezvoltarea capacității de colaborare în echipe multidisciplinare și multiculturale, contribuind la creșterea performanței organizaționale;
- 6) Asimilarea principiilor etice și responsabilității corporative, fundamentale în luarea deciziilor și gestionarea relațiilor cu partenerii interni și externi;
- 7) Formarea competențelor analitice și metodologice necesare în cercetarea aplicată și în evaluarea performanței organizaționale;
- 8) Cultivarea unei atitudini de învățare continuă și adaptare la schimbările economice, tehnologice și organizaționale, în vederea dezvoltării unei cariere sustenabile.

Aceste obiective reflectă angajamentul programului pentru pregătirea unor specialiști competenți, inovatori și orientați spre performanță, capabili să contribuie activ la transformarea organizațiilor moderne și la crearea de valoare economică și socială. Absolvenții vor fi profesioniști responsabili, flexibili și capabili să răspundă provocărilor complexe ale mediului economic globalizat.

3. Objectives of the Study Program, Including Alignment with the University's Mission

The Master's program Management, Marketing and Logistics is designed to train specialists capable of efficiently managing complex economic processes and contributing to the sustainable development of organizations in both national and international contexts. The program emphasizes the development of strategic and operational competencies necessary for adapting to the dynamics of today's business environment and for taking responsible economic decisions.

This educational initiative aligns with the mission of the Free International University of Moldova (ULIM) and is based on the guidelines outlined in the “Education 2030” Development Strategy, the National Qualifications Framework of the Republic of Moldova (CNCRM), and the European Qualifications Framework (EQF). Furthermore, the program is integrated within the institutional objectives established in the ULIM Charter and the University Development Strategy for the period 2025–2030, in full alignment with the values and educational vision promoted by the Faculty of Social Sciences and Education.

In accordance with ULIM's mission, the program supports the transmission of universal and national cultural values, while promoting both professional and personal development of the younger generations. It is oriented towards educating students in a democratic spirit, grounded in respect for individual rights, social responsibility, and active involvement in the economic, social, and cultural progress of society.

Program Objectives:

- 1) *Developing a solid foundation of theoretical and applied knowledge in the fields of management, marketing, and logistics, with a focus on strategic and operational decision-making;*
- 2) *Preparing students to identify and implement innovative solutions in business administration, aligned with market requirements and global trends;*
- 3) *Acquiring modern techniques for market analysis, integrated communication, and digital marketing, tailored to consumer behavior and the current technological landscape;*
- 4) *Building skills necessary for designing and optimizing supply chains and efficiently managing logistics processes;*
- 5) *Enhancing the ability to collaborate in multidisciplinary and multicultural teams, contributing to organizational performance;*
- 6) *Assimilating ethical principles and corporate responsibility as core values in decision-making and in managing internal and external stakeholder relationships;*
- 7) *Developing analytical and methodological competencies required for applied research and for evaluating organizational performance;*
- 8) *Fostering a continuous learning mindset and the capacity to adapt to economic, technological, and organizational changes in pursuit of a sustainable career path.*

These objectives reflect the program's commitment to preparing competent, innovative, and performance-oriented professionals who are capable of actively contributing to the transformation of modern organizations and to the creation of both economic and social value. Graduates will become responsible and adaptable professionals, equipped to meet the complex challenges of the global economic environment.

3. Цели образовательной программы, включая соответствие миссии университета

Магистерская программа «Менеджмент, маркетинг и логистика» направлена на подготовку специалистов, способных эффективно управлять сложными экономическими процессами и способствовать устойчивому развитию организаций в национальном и международном контексте. Программа акцентирует внимание на формировании стратегических и операционных компетенций, необходимых для адаптации к динамике современного делового мира и для ответственного принятия экономических решений. Этот образовательный подход соответствует миссии Международного независимого университета Молдовы (ULIM), базируясь на направлениях, установленных в Стратегии развития «Образование 2030», Национальной рамке квалификаций (CNCRM) и Европейской рамке квалификаций (EQF). Программа также интегрирована в институциональные цели, предусмотренные Уставом

ULIM и Стратегией развития университета на период 2025–2030 гг., в полной гармонии с ценностями и образовательной концепцией, продвигаемой Факультетом социальных наук и образования.

В соответствии с миссией ULIM, программа способствует передаче универсальных и национальных культурных ценностей, поддерживая профессиональное и личностное развитие молодых поколений. Она ориентирована на формирование у студентов демократического духа, уважения к индивидуальным правам, социальной ответственности и активного участия в экономическом, социальном и культурном прогрессе общества.

Конкретные цели программы:

- 1) Формирование прочной теоретической и практической базы знаний в области менеджмента, маркетинга и логистики с акцентом на стратегическое и операционное принятие решений;
- 2) Подготовка к выявлению и внедрению инновационных решений в управлении бизнесом, в соответствии с требованиями рынка и глобальными тенденциями;
- 3) Освоение современных методов анализа рынка, интегрированных коммуникаций и цифрового маркетинга, адаптированных к поведению потребителей и технологическому контексту;
- 4) Развитие навыков проектирования и оптимизации цепочек поставок и эффективного управления логистическими процессами;
- 5) Повышение способности к командной работе в мультидисциплинарных и мультикультурных коллективах для повышения организационной эффективности;
- 6) Освоение этических принципов и корпоративной ответственности как основы для принятия решений и управления отношениями с внутренними и внешними партнёрами;
- 7) Формирование аналитических и методологических компетенций, необходимых для прикладных исследований и оценки организационной эффективности;
- 8) Воспитание установки на непрерывное обучение и адаптацию к экономическим, технологическим и организационным изменениям с целью построения устойчивой профессиональной карьеры.

Эти цели отражают стремление программы подготовить компетентных, инновационных и ориентированных на результат специалистов, способных активно участвовать в трансформации современных организаций и в создании экономической и социальной ценности. Выпускники станут ответственными и гибкими профессионалами, готовыми к вызовам глобализированной экономической среды.

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

Programul de master Management, Marketing și Logistică a fost elaborat în conformitate cu standardele prevăzute de Cadrul Național al Calificărilor din Republica Moldova (CNCRM) și Cadrul European al Calificărilor (EQF, nivelul 7 ISCED), precum și cu reglementările interne ale Universității Libere Internaționale din Moldova (ULIM).

Planul de învățământ este structurat pentru a asigura o formare integrată, aplicativă și orientată spre piața muncii, fiind aliniat cu tendințele internaționale din domeniile managementului, marketingului și logisticii. Conținuturile programului reflectă evoluțiile recente în economia digitală, globalizarea lanțurilor de aprovizionare, sustenabilitatea afacerilor, utilizarea inteligenței artificiale în procesele decizionale, transformarea digitală a marketingului și adoptarea practicilor de management agil și centrat pe client.

Curriculumul include discipline fundamentale și specializate care corespund direcțiilor de dezvoltare promovate de organizații internaționale relevante, precum European Marketing Confederation (EMC), European Logistics Association (ELA) și European Foundation for Management Development (EFMD). De asemenea, planul valorifică bunele practici educaționale implementate de universități europene de prestigiu și se raportează la standardele programelor internaționale de tip MBA și Master in Supply Chain Management.

Prin această racordare, programul contribuie la dezvoltarea de competențe compatibile cu cerințele economiei globale și la creșterea mobilității și angajabilității absolvenților pe plan internațional.

4. Alignment of the Study Program and Curriculum Contents with International Trends in the Field

The Master's program Management, Marketing and Logistics has been developed in accordance with the standards of the National Qualifications Framework of the Republic of Moldova (CNCRM) and the European Qualifications Framework (EQF, level 7 ISCED), as well as with the internal regulations of the Free International University of Moldova (ULIM).

The curriculum is structured to provide integrated and applied training aligned with labor market needs and international trends in the fields of management, marketing, and logistics. The program content reflects recent developments such as the digital economy, globalization of supply chains, sustainable business practices, the use of artificial intelligence in decision-making processes, digital transformation of marketing, and the adoption of agile, customer-centric management models.

The study plan includes fundamental and specialized courses aligned with the development directions promoted by relevant international organizations such as the European Marketing Confederation (EMC), the European Logistics Association (ELA), and the European Foundation for Management Development (EFMD). It also draws on best educational practices implemented by leading European universities and is referenced against the standards of international programs such as MBA and Master in Supply Chain Management.

Through this alignment, the program supports the development of competencies compatible with global economic requirements and enhances the international mobility and employability of its graduates.

4. Соответствие учебной программы и содержания учебного плана международным тенденциям в данной области

Магистерская программа «Менеджмент, маркетинг и логистика» разработана в соответствии со стандартами, предусмотренными Национальной рамкой квалификаций Республики Молдова (CNCRM) и Европейской рамкой квалификаций (EQF, уровень 7 ISCED), а также внутренними нормативами Международного независимого университета Молдовы (ULIM).

Учебный план структурирован таким образом, чтобы обеспечить интегрированную, прикладную и ориентированную на рынок труда подготовку, находясь в соответствии с международными тенденциями в области менеджмента, маркетинга и логистики. Содержание программы отражает новейшие изменения в цифровой экономике, глобализацию цепочек поставок, устойчивое развитие бизнеса, использование искусственного интеллекта в процессах принятия решений, цифровую трансформацию маркетинга и внедрение гибких управленческих практик с ориентацией на клиента.

Учебный план включает как фундаментальные, так и специализированные дисциплины, соответствующие направлениям развития, продвигаемым такими международными организациями, как Европейская конфедерация маркетинга (EMC), Европейская логистическая ассоциация (ELA) и Европейский фонд развития менеджмента (EFMD). Также он опирается на лучшие

образовательные практики, реализуемые ведущими европейскими университетами, и ориентируется на стандарты международных программ, таких как MBA и Master in Supply Chain Management.

Благодаря такому подходу программа способствует формированию компетенций, соответствующих требованиям глобальной экономики, а также повышает мобильность и востребованность выпускников на международном рынке труда.

5. Evaluarea așteptărilor sectorului economic și social

Programul de master *Management, Marketing și Logistică* este proiectat să răspundă în mod direct cerințelor și așteptărilor sectorului economic și social, printr-o formare completă, integrată și adaptată dinamicii actuale a pieței muncii. Printr-o abordare interdisciplinară și orientată spre aplicabilitate, programul formează specialiști capabili să gestioneze provocările complexe ale mediului de afaceri și ale ecosistemelor logistice moderne, în contexte economice și sociale dinamice.

Curriculumul este conceput pentru a oferi o pregătire echilibrată, atât teoretică, cât și practică, fundamentată pe standardele Cadrului Național al Calificărilor (CNCRM) și ale Cadrului European al Calificărilor (EQF, nivelul 7 ISCED). Conținuturile și structura programului sunt aliniate cu tendințele internaționale în domeniul managementului, marketingului și logisticii, asigurând compatibilitatea pregătirii cu cerințele globale.

Programul vizează dezvoltarea competențelor strategice, operaționale și analitice necesare pentru:

- 1) proiectarea și implementarea planurilor de afaceri;
- 2) elaborarea strategiilor de marketing și comunicare;
- 3) optimizarea proceselor logistice și a lanțurilor de aprovizionare;
- 4) utilizarea tehnologiilor digitale în procesul decizional și de analiză de piață;
- 5) dezvoltarea relațiilor cu clienții și partenerii printr-o abordare sustenabilă și etică.

Prin această formare avansată, absolvenții sunt pregătiți să răspundă nevoilor concrete ale sectorului economic în:

- 1) întreprinderi mici și mijlocii, prin contribuții la creșterea competitivității și sustenabilității;
- 2) companii multinaționale, prin asumarea de roluri în planificarea strategică, marketing internațional și logistică globală;
- 3) instituții publice, prin implementarea de politici și programe economice coerente cu cerințele societății digitale și circulare;
- 4) sectorul antreprenorial, prin dezvoltarea și scalarea unor afaceri proprii inovatoare.

În ceea ce privește sectorul social, programul contribuie la:

- 1) sporirea gradului de ocupare prin dezvoltarea capitalului uman și oferirea unei calificări relevante și transferabile;
- 2) îmbunătățirea calității vieții, prin formarea de profesioniști capabili să implementeze soluții durabile și centrate pe nevoile beneficiarilor;
- 3) promovarea coeziunii sociale, prin consolidarea responsabilității corporative, eticii în afaceri și incluziunii economice.

Absolvenții programului sunt echipați cu abilități esențiale pentru a acționa eficient într-o varietate de contexte profesionale, demonstrând flexibilitate, capacitate de analiză, gândire critică și o orientare permanentă către inovație și dezvoltare durabilă. Ei pot activa cu succes în:

- 1) companii din sectoare precum distribuție, retail, producție, transport sau consultanță;
- 2) agenții și organizații internaționale cu profil economic și logistic;
- 3) proiecte multidisciplinare ce presupun integrarea tehnologiilor emergente și a datelor în procesele decizionale.

Prin această structură bine articulată și prin racordarea constantă la așteptările mediului socio-economic, programul *Management, Marketing și Logistică* asigură nu doar o pregătire academică și profesională de înalt nivel, ci și capacitatea absolvenților de a contribui activ la progresul economic, inovarea organizațională și dezvoltarea sustenabilă a societății.

5. Evaluation of Economic and Social Sector Expectations

The Master's program Management, Marketing and Logistics is specifically designed to respond to the evolving needs and expectations of both the economic and social sectors, through a comprehensive, integrated, and practice-oriented academic experience aligned with the dynamics of today's labor market. By adopting an interdisciplinary and application-focused approach, the program trains professionals capable of managing the complex challenges of modern business environments and logistic ecosystems in diverse and dynamic economic and social contexts.

The curriculum offers a balanced theoretical and practical education, fully aligned with the standards of the National Qualifications Framework of the Republic of Moldova (CNCRM) and the European Qualifications Framework (EQF, level 7 ISCED). The program's content and structure reflect international trends in management, marketing, and logistics, ensuring the compatibility of graduate qualifications with global demands.

The program aims to develop strategic, operational, and analytical competencies essential for:

- 1) designing and implementing business plans;
- 2) developing marketing and communication strategies;
- 3) optimizing logistics processes and supply chain operations;
- 4) utilizing digital technologies in decision-making and market analysis;
- 5) managing customer and partner relations through sustainable and ethical approaches.

This advanced training equips graduates to meet the practical demands of the economic sector in:

- 1) small and medium-sized enterprises, by contributing to competitiveness and sustainability;
- 2) multinational companies, by assuming roles in strategic planning, international marketing, and global logistics;
- 3) public institutions, by implementing coherent economic policies and programs aligned with digital and circular economy standards;
- 4) entrepreneurial ventures, by developing and scaling innovative businesses.

From a social perspective, the program contributes to:

- 1) enhancing employment through human capital development and the provision of relevant and transferable qualifications;
- 2) improving quality of life by training professionals to implement sustainable, needs-based solutions;
- 3) promoting social cohesion through corporate responsibility, business ethics, and economic inclusion.

Graduates are equipped with the core skills required to operate effectively in a wide range of professional contexts. They demonstrate flexibility, analytical capacity, critical thinking, and a continuous focus on innovation and sustainable development. They can successfully work in:

- 1) companies operating in distribution, retail, manufacturing, transport, or consultancy;

- 2) *international agencies and organizations with an economic or logistics focus;*
- 3) *multidisciplinary projects involving the integration of emerging technologies and data-driven decision-making.*

Through its well-structured academic framework and ongoing alignment with socio-economic sector expectations, the Management, Marketing and Logistics program ensures not only high-level academic and professional preparation, but also the ability of its graduates to actively contribute to economic progress, organizational innovation, and the sustainable development of society.

5. Оценка ожиданий экономического и социального сектора

Магистерская программа «Менеджмент, маркетинг и логистика» разработана с целью прямого ответа на требования и ожидания экономического и социального сектора посредством всесторонней, интегрированной подготовки, адаптированной к современной динамике рынка труда. Благодаря междисциплинарному и прикладному подходу программа формирует специалистов, способных справиться со сложными вызовами бизнес-среды и современных логистических экосистем в условиях экономической и социальной изменчивости.

Учебный план разработан для обеспечения сбалансированной подготовки — как теоретической, так и практической — на основе стандартов Национальной рамки квалификаций (CNCRM) и Европейской рамки квалификаций (EQF, уровень 7 ISCED). Содержание и структура программы соответствуют международным тенденциям в области менеджмента, маркетинга и логистики, обеспечивая глобальную совместимость квалификаций.

Программа направлена на развитие стратегических, операционных и аналитических компетенций, необходимых для:

- 1) Проектирования и реализации бизнес-планов;
- 2) Разработки маркетинговых и коммуникационных стратегий;
- 3) Оптимизации логистических процессов и цепочек поставок;
- 4) Применения цифровых технологий в процессе принятия решений и анализа рынка;
- 5) Развития отношений с клиентами и партнерами с опорой на устойчивый и этический подход.

Благодаря такому уровню подготовки выпускники готовы удовлетворить реальные потребности экономического сектора:

- в малых и средних предприятиях — способствуя повышению конкурентоспособности и устойчивости;
- в многонациональных компаниях — занимая роли в стратегическом планировании, международном маркетинге и глобальной логистике;
- в государственных учреждениях — реализуя экономические политики и программы, соответствующие требованиям цифрового и циклического общества;
- в предпринимательском секторе — создавая и масштабируя собственные инновационные бизнесы.

В социальном аспекте программа способствует:

- 1) Повышению занятости через развитие человеческого капитала и предоставление актуальной и легко переносимой квалификации;
- 2) Улучшению качества жизни благодаря подготовке специалистов, способных внедрять устойчивые решения, ориентированные на потребности общества;
- 3) Укреплению социальной сплоченности — через развитие корпоративной ответственности, бизнес-этики и экономической инклюзии.

Выпускники программы обладают ключевыми навыками для эффективной деятельности в самых разных профессиональных контекстах, демонстрируя гибкость, аналитическое мышление, критический подход и постоянную ориентацию на инновации и устойчивое развитие. Они могут успешно работать:

- в компаниях в таких секторах, как дистрибуция, розничная торговля, производство, транспорт, консалтинг;
- в международных агентствах и организациях с экономическим и логистическим профилем;
- в многопрофильных проектах, предполагающих интеграцию новых технологий и данных в процессы принятия решений.

Благодаря четкой структуре и постоянной актуализации в соответствии с ожиданиями социально-экономической среды, программа «Менеджмент, маркетинг и логистика» обеспечивает не только высокий уровень академической и профессиональной подготовки, но и готовность выпускников активно участвовать в экономическом развитии, организационных инновациях и устойчивом прогрессе общества.

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

Pentru a asigura relevanța și adaptarea programului de master Management, Marketing și Logistică la cerințele dinamice ale pieței muncii, procesul de elaborare a acestuia a inclus o consultare amplă și activă cu parteneri din sectorul economic, logistic și academic. Acest demers colaborativ a fost esențial pentru fundamentarea unui program bine ancorat în realitățile mediului profesional și pentru actualizarea constantă a conținuturilor curriculare în funcție de evoluțiile pieței și ale tehnologiilor emergente.

Opiniile angajatorilor au fost colectate prin chestionare direcționate, interviuri și avize scrise, reflectând nevoile reale ale companiilor din domenii precum comerț, producție, logistică, marketing digital și consultanță. Colaborarea s-a concretizat și prin implicarea partenerilor în activități comune – workshopuri, conferințe, proiecte pilot – ce au permis identificarea competențelor cheie necesare viitorilor profesioniști și ajustarea obiectivelor educaționale în consecință.

Cadrele didactice ale facultății au avut un rol determinant în conturarea și actualizarea programului, propunând structuri curriculare relevante, moderne și adaptate cerințelor pieței globale. Aceste propuneri au fost analizate și validate în cadrul ședințelor departamentale, al echipelor curriculare și al grupurilor de lucru interdisciplinare. Dialogul continuu între titularii de cursuri a contribuit la coerența programului și la integrarea unei abordări transversale în formarea competențelor.

Studentii și absolvenții au oferit feedback valoros prin sondaje anuale, interviuri de ieșire și întâlniri informale, evidențiind punctele forte ale programului, dar și oportunitățile de îmbunătățire. Sugestiile lor au fost luate în considerare pentru actualizarea conținuturilor, diversificarea metodelor de predare și creșterea componentelor practice ale programului.

Consultarea constantă cu părțile interesate – angajatori, cadre didactice, studenți și absolvenți – a permis adaptarea periodică a programului la schimbările economice, tehnologice și sociale. Acest dialog susținut a contribuit la menținerea unei pregătiri academice de calitate, cu relevanță directă pentru angajabilitate și dezvoltare profesională pe termen lung.

Prin integrarea acestor perspective și printr-o abordare deschisă la inovație și colaborare, programul de master Management, Marketing și Logistică reușește să răspundă în mod eficient cerințelor pieței și să contribuie la formarea unor specialiști pregătiți să activeze în medii organizaționale competitive, dinamice și orientate spre sustenabilitate.

Absolvenții sunt pregătiți să își aducă aportul în diverse contexte profesionale ale societății contemporane, prin soluții inovatoare, responsabilitate socială și viziune strategică.

6. Partner Consultation in the Development Process of the Study Program

The Master's program Management, Marketing and Logistics was developed through a broad and active consultation process with stakeholders from the economic, logistics, and academic sectors, in order to ensure its relevance and alignment with the dynamic requirements of the labor market. This collaborative approach was essential to grounding the program in current professional realities and to supporting the continuous improvement of its curriculum content.

Employer feedback was gathered through targeted questionnaires, interviews, and formal endorsements, providing clear insights into the practical needs of companies operating in areas such as commerce, production, digital marketing, supply chain, and consultancy. Collaboration with industry partners also materialized through joint activities—workshops, conferences, and pilot projects—that helped define key competencies expected from future professionals and align the program's learning outcomes accordingly.

Faculty members played a central role in shaping and updating the curriculum, proposing relevant and modern structures tailored to global market demands. Their contributions were discussed and validated within departmental meetings, curriculum development teams, and interdisciplinary working groups. Ongoing dialogue among course coordinators ensured coherence across the program and promoted a transversal approach to skills development.

Students and alumni offered valuable feedback through annual surveys, exit interviews, and informal discussions, highlighting both the strengths of the program and areas for enhancement. Their suggestions contributed to content updates, diversification of teaching methods, and strengthening of the program's practical components.

Continuous consultation with all stakeholders—employers, faculty, students, and graduates—enabled the periodic adjustment of the program in response to economic, technological, and social transformations. This sustained dialogue has ensured a high-quality academic experience, strongly aligned with employability requirements and long-term career development goals.

By integrating these perspectives and through an approach open to innovation and collaboration, the Management, Marketing and Logistics master's program manages to effectively respond to market demands and contribute to the training of specialists prepared to operate in competitive, dynamic and sustainability-oriented organizational environments. Graduates are prepared to contribute to various professional contexts of contemporary society, through innovative solutions, social responsibility and strategic vision.

6. Консультация с партнёрами в процессе разработки учебной программы

Магистерская программа «Менеджмент, маркетинг и логистика» была разработана на основе обширного и активного процесса консультаций с представителями экономического, логистического и академического секторов с целью обеспечения её актуальности и соответствия динамично меняющимся требованиям рынка труда. Этот подход к сотрудничеству стал ключевым фактором в построении программы, основанной на современных реалиях профессиональной среды, а также в постоянном совершенствовании её учебного содержания.

Мнения работодателей были собраны с помощью целевых анкет, структурированных интервью и официальных отзывов, что позволило получить точное представление о практических потребностях компаний, работающих в таких областях, как торговля, производство, цифровой маркетинг, логистика и консалтинг. Сотрудничество с профессиональной средой также проявилось в организации совместных мероприятий — семинаров, конференций и пилотных проектов, — которые способствовали определению ключевых компетенций, необходимых будущим специалистам, и адаптации учебных результатов программы к этим требованиям.

Преподаватели факультета сыграли важную роль в разработке и актуализации учебного плана, предложив современные, ориентированные на рынок структуры, соответствующие глобальным тенденциям. Эти предложения были тщательно рассмотрены и утверждены на заседаниях кафедр, в учебных комиссиях и междисциплинарных рабочих группах. Постоянный диалог между преподавателями обеспечил целостность программы и способствовал внедрению междисциплинарного подхода к формированию компетенций.

Ценную обратную связь предоставили студенты и выпускники через ежегодные опросы, итоговые интервью и неформальные обсуждения. Их мнения позволили выявить сильные стороны программы и определить направления для её улучшения, включая обновление содержания курсов, разнообразие методов преподавания и усиление практической подготовки.

Постоянные консультации со всеми заинтересованными сторонами — работодателями, преподавателями, студентами и выпускниками — позволили своевременно адаптировать программу к экономическим, технологическим и социальным изменениям. Этот устойчивый диалог обеспечил высокое качество академической подготовки и её соответствие требованиям трудоустройства и профессионального роста.

Благодаря интеграции различных точек зрения и открытому подходу к инновациям и сотрудничеству, магистерская программа «Менеджмент, маркетинг и логистика» эффективно отвечает требованиям рынка и способствует подготовке специалистов, готовых к работе в конкурентной, динамичной и ориентированной на устойчивое развитие организационной среде. Выпускники готовы внести вклад в различные профессиональные сферы современной экономики, предлагая инновационные решения, демонстрируя социальную ответственность и обладая стратегическим мышлением.

7. Relevanța programului de studii pentru piața forței de muncă

Programul de master *Management, Marketing și Logistică* oferă o pregătire interdisciplinară, aplicativă și ancorată în realitățile mediului economic actual. Este conceput pentru a răspunde cerințelor pieței forței de muncă și pentru a facilita accesul absolvenților la cariere competitive, sustenabile și internațional recunoscute. Structura programului este aliniată la competențele-cheie cerute pentru ocuparea unor funcții reglementate în Clasificatorul Ocupațiilor din Republica Moldova (CORM) și în Clasificarea europeană ESCO.

Funcții ocupaționale conform CORM

121304 – Manager în dezvoltare și planificare

Absolvenții sunt pregătiți să conducă procese de planificare strategică, să gestioneze proiecte de dezvoltare organizațională și să propună soluții de optimizare a performanței economice.

122106 – Manager marketing

Această funcție implică elaborarea și implementarea strategiilor de marketing, coordonarea cercetărilor de piață, gestionarea brandurilor și promovarea produselor în contexte multicanal și digitale.

132408 – Director logistică și distribuție / 132419 – Manager logistică

Absolvenții pot conduce operațiuni logistice complexe, optimiza lanțuri de aprovizionare și gestiona rețele internaționale de distribuție, cu accent pe eficiență, sustenabilitate și digitalizare.

122105 – Director vânzări și marketing

Această poziție presupune conducerea echipelor comerciale, gestionarea relațiilor cu clienții strategici și maximizarea veniturilor prin politici comerciale moderne și instrumente CRM.

242110 / 242312 – Specialist în management și organizare / dezvoltare organizațională

Absolvenții pot efectua analize de business, contribui la transformarea digitală a organizațiilor și oferi consultanță în eficientizarea proceselor interne și externe.

263107 / 263110 – Economist / Manager în economie

Pregătirea economică solidă le permite absolvenților să elaboreze bugete, să evalueze riscuri financiare și să fundamenteze decizii strategice în organizații publice sau private.

214129 – Logistician gestiune flux

Această funcție este esențială pentru organizarea optimă a fluxurilor de aprovizionare și producție. Absolvenții pot contribui la reducerea costurilor și la fluidizarea lanțurilor operaționale.

Funcții corespunzătoare conform ESCO

1120.4 – Director general executiv adjunct

1120.6 – Antreprenor social

1213.5 / 1213.5.1 – Business / Regional Manager

1221 / 1221.3.2.1 – Sales and Marketing Manager

2421 – Management and Organization Analyst

2631.2.3 – Economic Development Coordinator

Integrarea profesională a absolvenților

Conținuturile programului sunt gândite pentru a facilita integrarea rapidă și flexibilă a absolvenților în următoarele medii:

1. Companii private (IMM și corporații internaționale) – în funcții de middle și top management, marketing strategic, logistică operațională și analiză de piață.
2. Organizații internaționale și multinaționale – în arii precum supply chain management, consultanță strategică sau customer experience.
3. Instituții publice – în roluri legate de achiziții, politici economice, dezvoltare regională sau management logistic.
4. Proiecte antreprenoriale – în domenii emergente precum green logistics, digital trade, e-commerce și afaceri circulare.

Absolvenții programului sunt formați să răspundă provocărilor complexe ale mediului economic globalizat, să lucreze în echipe interdisciplinare, să conducă procese de transformare organizațională și să genereze valoare prin inovație, digitalizare și leadership sustenabil. Aceștia devin actori esențiali în consolidarea competitivității economice și în dezvoltarea responsabilă a organizațiilor.

7. Relevance of the Study Program to the Labor Market

The Master's program Management, Marketing and Logistics offers interdisciplinary and applied training, designed to meet current labor market demands and to ensure the successful integration of graduates into strategic sectors of the economy. The program's structure is aligned with key competencies required for positions recognized in the Classification of Occupations of the Republic of Moldova (CORM) and the European Skills, Competences, Qualifications and Occupations (ESCO) framework, contributing to the development of a sustainable and competitive career path both nationally and internationally.

CORM-Aligned Occupational Positions

121304 – Manager in Development and Planning

Graduates are prepared to lead strategic planning processes, manage organizational development projects, and propose data-driven solutions for improving institutional performance.

122106 – Marketing Manager

This role involves developing and executing marketing strategies, conducting market research, managing brand positioning, and coordinating multichannel promotional campaigns in a digital-first environment.

132408 / 132419 – Logistics and Distribution Director / Logistics Manager

Graduates can lead and optimize logistics operations, manage international supply chains, and ensure efficient distribution processes while integrating digital tools and sustainability principles.

122105 – Sales and Marketing Director

Graduates are qualified to oversee commercial departments, manage key client relationships, and drive revenue growth through advanced marketing policies and CRM systems.

242110 / 242312 – Management and Organizational Development Specialist

This occupation involves conducting organizational diagnostics, supporting digital transformation, and advising on process improvement and strategic restructuring initiatives.

263107 / 263110 – Economist / Manager in Economics

Graduates can develop financial plans, assess economic risk, monitor organizational performance, and support executive decision-making in both public and private institutions.

214129 – Logistics Flow Manager (Logistician)

This function is essential for planning, organizing, and optimizing supply and production flows. Graduates contribute to cost reduction, process efficiency, and digital supply chain solutions.

ESCO-Aligned Occupational Roles

1120.4 – Deputy Chief Executive Officer

1120.6 – Social Entrepreneur

1213.5 / 1213.5.1 – Business Manager / Regional Manager

1221 / 1221.3.2.1 – Sales and Marketing Manager

2421 – Management and Organization Analyst

2631.2 / 2631.2.3 – Economist / Economic Development Coordinator

Professional Integration of Graduates

The content and structure of the program are carefully designed to support the rapid and flexible integration of graduates in diverse professional contexts:

1. *Private sector companies (including SMEs and international corporations): in positions related to mid-level or top management, strategic marketing, operational logistics, or business analysis.*

2. *International and multinational organizations: in roles such as supply chain management, strategic consultancy, market development, or customer experience management.*
3. *Public institutions: in areas of economic planning, public procurement, commercial policy, and logistics infrastructure.*
4. *Entrepreneurial ventures: in innovative fields such as digital commerce, green logistics, integrated services, and circular business models.*

Graduates of the program are equipped to face complex challenges in today's global economy, lead multidisciplinary teams, drive organizational transformation, and create value through innovation, sustainability, and data-informed decision-making. Their interdisciplinary and forward-thinking training positions them as highly valuable professionals in national and international business environments.

8. Posibilitățile de angajare a absolvenților

Absolvenții programului de master Management, Marketing și Logistică dispun de oportunități diverse de angajare, beneficiind de o pregătire profesională solidă, recunoscută conform Clasificatorului ocupațiilor din Republica Moldova (CORM) și standardelor internaționale ISCO-08. Programul oferă competențe adaptate cerințelor pieței muncii actuale, punând accent pe aplicarea cunoștințelor teoretice și practice în contexte organizaționale și economice variate, la nivel național și internațional.

Domenii și ocupații cheie

Manager marketing (122106): coordonează activitățile de promovare, analiză de piață și strategie de produs în cadrul companiilor, atât în sectorul privat, cât și public. Absolvenții pot implementa campanii de comunicare, branding și fidelizare, utilizând instrumente moderne de marketing digital și analiza datelor.

Director logistică și distribuție (132408) / Manager logistică (132419): conduc procesele logistice din organizații comerciale, industriale sau de transport, fiind responsabili de optimizarea fluxurilor, gestiunea lanțurilor de aprovizionare și sustenabilitatea operațională.

Manager în dezvoltare și planificare (121304): activează în întreprinderi sau autorități publice, cu responsabilități în elaborarea strategiilor de dezvoltare organizațională, implementarea de proiecte și inițiative de modernizare, inclusiv prin utilizarea tehnologiilor emergente.

Specialist în management și organizare (242110) / dezvoltare organizațională (242312): desfășoară activități de analiză a structurilor și proceselor interne, propunând soluții de optimizare și restructurare. Pot activa în firme de consultanță, departamente interne de strategie sau resurse umane.

Economist / Manager în economie (263107 / 263110): oferă suport decizional bazat pe analiza performanței economice, prognoze, bugete și politici financiare. Sunt integrați în companii, bănci, organizații internaționale și instituții guvernamentale.

Director vânzări și marketing (122105): gestionează echipe comerciale, planuri de vânzări, parteneriate și campanii integrate în piețe naționale și internaționale.

Logistician gestiune flux (214129): se ocupă de proiectarea și coordonarea fluxurilor de materiale, informații și produse în rețelele de distribuție și producție, cu accent pe eficiență, trasabilitate și digitalizare.

Alte ocupații accesibile pentru absolvenți:

1. Director de întreprindere micro, mică sau socială (112013 / 121302 / 122104), în special în mediul antreprenorial;
2. Conducători în domeniul vânzărilor și marketingului (1221), în cadrul companiilor de retail, servicii sau tehnologie;
3. Specialiști în relații publice și comunicare integrată (243), în agenții, ONG-uri sau instituții publice;
4. Manager de afaceri / regional / de departament (ESCO: 1213.5, 1213.5.1, 1219.4), cu responsabilități de coordonare, leadership și strategie pe piețele internaționale.

Integrarea profesională a absolvenților

Structura programului facilitează integrarea rapidă a absolvenților în:

1. Companii private și multinaționale – în departamente de strategie, marketing, logistică, vânzări sau dezvoltare;
2. Instituții publice – în roluri ce implică planificare economică, politici comerciale, achiziții și logistică urbană;
3. Firme de consultanță și audit – pentru analiză de business, restructurare organizațională sau cercetare de piață;
4. Inițiative antreprenoriale – în domenii emergente precum e-commerce, economia circulară, green logistics sau marketing digital.

Programul pregătește specialiști adaptabili, capabili să coordoneze echipe, să gestioneze procese economice complexe și să implementeze soluții sustenabile în organizații. Absolvenții sunt recunoscuți pentru viziunea lor strategică, spiritul inovator și capacitatea de a contribui activ la transformarea mediului economic contemporan.

7. Актуальность учебной программы для рынка труда

Магистерская программа «Менеджмент, маркетинг и логистика» предлагает междисциплинарную, прикладную и актуальную подготовку, тесно связанную с реалиями современной экономической среды. Программа разработана для того, чтобы отвечать требованиям рынка труда и способствовать трудоустройству выпускников на конкурентоспособные, устойчивые и международно признанные должности. Её структура согласована с ключевыми компетенциями, необходимыми для занятия регламентированных должностей в Классификаторе профессий Республики Молдова (CORM) и европейской классификации ESCO.

Должности по классификатору CORM:

121304 – Менеджер по развитию и планированию

Выпускники подготовлены к управлению стратегическим планированием, руководству проектами организационного развития и предложению решений по оптимизации экономических показателей.

122106 – Маркетинг-менеджер

Включает разработку и реализацию маркетинговых стратегий, координацию маркетинговых исследований, управление брендами и продвижение продукции в мультимедийной и цифровой среде.

132408 – Директор по логистике и дистрибуции / 132419 – Менеджер по логистике

Выпускники могут управлять сложными логистическими операциями, оптимизировать цепочки поставок и управлять международными дистрибьюторскими сетями, с акцентом на эффективность, устойчивость и цифровизацию.

122105 – Директор по продажам и маркетингу

Руководство коммерческими командами, управление отношениями с ключевыми клиентами и увеличение доходов с помощью современных коммерческих политик и CRM-инструментов.

242110 / 242312 – Специалист по управлению и организационному развитию

Выпускники могут проводить бизнес-анализ, участвовать в цифровой трансформации организаций и консультировать по вопросам оптимизации внутренних и внешних процессов.

263107 / 263110 – Экономист / Менеджер в области экономики

Благодаря фундаментальной экономической подготовке, выпускники могут составлять бюджеты, оценивать финансовые риски и обосновывать стратегические решения в публичных и частных организациях.

214129 – Логист по управлению потоками

Эта должность критически важна для оптимальной организации потоков снабжения и производства. Выпускники способны снижать издержки и обеспечивать бесперебойность операционных цепочек.

Соответствующие должности согласно ESCO:

1120.4 – Заместитель генерального директора

1120.6 – Социальный предприниматель

1213.5 / 1213.5.1 – Региональный / бизнес-менеджер

1221 / 1221.3.2.1 – Менеджер по продажам и маркетингу

2421 – Аналитик по управлению и организации

2631.2.3 – Координатор по экономическому развитию

Профессиональная интеграция выпускников:

Содержание программы способствует быстрой и гибкой интеграции выпускников в следующие сферы:

1. Частные компании (МСП и международные корпорации) — на должностях среднего и высшего звена в стратегическом маркетинге, операционной логистике и рыночной аналитике.
2. Международные и транснациональные организации — в таких областях, как управление цепочками поставок, стратегический консалтинг, клиентский опыт.
3. Государственные учреждения — в сфере закупок, экономической политики, регионального развития и логистического менеджмента.
4. Предпринимательские проекты — в новых сферах, таких как экологичная логистика, цифровая торговля, электронная коммерция и циклический бизнес.

Выпускники программы подготовлены к тому, чтобы отвечать на сложные вызовы глобализированной экономики, работать в междисциплинарных командах, управлять процессами организационных преобразований и создавать добавленную стоимость за счёт инноваций, цифровизации и устойчивого лидерства. Они становятся ключевыми игроками в укреплении экономической конкурентоспособности и устойчивом развитии организаций.

8. Employment Opportunities for Graduates

Graduates of the Master's program Management, Marketing and Logistics benefit from a wide range of career opportunities, supported by solid professional training recognized under the Classification of Occupations in the Republic of Moldova (CORM) and aligned with international standards such as ISCO-08. The program offers competencies tailored to the current needs of the labor market, emphasizing the practical application of theoretical knowledge across various professional contexts, both nationally and internationally.

Key Fields and Relevant Occupations

Marketing Manager (122106): responsible for coordinating promotional activities, market analysis, and product strategy within companies and institutions. Graduates are prepared to implement communication campaigns, branding strategies, and customer engagement initiatives using advanced tools in digital marketing and data analytics.

Logistics and Distribution Director (132408) / Logistics Manager (132419): oversee the logistical operations of companies involved in trade, industry, or transport. They manage supply chains, optimize flows, and integrate sustainable practices into operational models.

Development and Planning Manager (121304): active in SMEs or public institutions, with roles focused on strategic planning, project development, innovation initiatives, and organizational transformation.

Management and Organization Specialist (242110) / Organizational Development Specialist (242312): involved in analyzing internal processes and organizational structures, proposing optimization strategies, and supporting change management in private companies or consultancy firms.

Economist / Economic Manager (263107 / 263110): responsible for analyzing economic performance, designing budgets, forecasting, and supporting decision-making processes in businesses, banks, NGOs, or governmental institutions.

Sales and Marketing Director (122105): leads commercial teams, plans sales strategies, oversees partner relations, and manages integrated campaigns across national and international markets.

Logistics Flow Manager (214129): designs and coordinates the flow of materials, information, and products across production and distribution networks, with a focus on traceability, efficiency, and digital transformation.

Additional Positions Accessible to Graduates

Graduates are also qualified to pursue roles such as:

1. Enterprise or Social Enterprise Director (112013 / 121302 / 122104), particularly in the entrepreneurial and innovation sectors;
2. Senior Leaders in Sales and Marketing (1221), within retail, tech, or service companies;
3. Public Relations and Communication Specialists (243), in marketing agencies, public institutions, or non-profit organizations;
4. Business / Regional / Department Managers (ESCO: 1213.5, 1213.5.1, 1219.4), with responsibilities in leadership, strategic coordination, and operational planning.

Professional Integration of Graduates

The program's structure is designed to ensure the rapid integration of graduates into:

1. Private and multinational companies, in departments of marketing, logistics, strategic planning, or business development;
2. Public institutions and agencies, in roles related to economic policy, public procurement, or regional development;
3. Consulting firms, offering expertise in business diagnostics, organizational restructuring, and market research;
4. Entrepreneurial ventures, in innovative areas such as circular economy, e-commerce, green logistics, and integrated marketing.

Graduates are equipped with cross-functional skills that allow them to manage multidisciplinary teams, implement sustainable solutions, and respond effectively to complex organizational and market challenges. Their interdisciplinary training and forward-thinking approach position them as valuable professionals in the evolving global economy.

8. Возможности трудоустройства выпускников

Выпускники магистерской программы «Менеджмент, маркетинг и логистика» обладают широкими возможностями трудоустройства благодаря прочной профессиональной подготовке, признанной в соответствии с Классификатором профессий Республики Молдова (CORM) и международными стандартами ISCO-08. Программа обеспечивает развитие компетенций, соответствующих требованиям современного рынка труда, с акцентом на применение теоретических и практических знаний в разнообразных организационных и экономических контекстах — как на национальном, так и на международном уровне.

Основные сферы и должности

Маркетинг-менеджер (122106)

Координация продвижения, анализа рынка и продуктовой стратегии в частных и государственных компаниях. Выпускники могут реализовывать коммуникационные кампании, развивать бренды и программы лояльности, используя современные инструменты цифрового маркетинга и анализа данных.

Директор по логистике и дистрибуции (132408) / Менеджер по логистике (132419)

Руководство логистическими процессами в коммерческих, промышленных или транспортных организациях, включая оптимизацию потоков, управление цепочками поставок и обеспечение устойчивости операций.

Менеджер по развитию и планированию (121304)

Работа в компаниях или государственных органах по разработке стратегий организационного развития, реализации проектов и инициатив модернизации, включая внедрение новых технологий.

Специалист по управлению и организации (242110) / организационному развитию (242312)

Анализ организационных структур и внутренних процессов, предложение решений по оптимизации и реструктуризации. Возможна работа в консалтинговых компаниях, стратегических или HR-подразделениях.

Экономист / Менеджер в области экономики (263107 / 263110)

Поддержка принятия решений на основе анализа экономических показателей, бюджетирования, прогнозирования и финансовой политики. Трудоустройство возможно в компаниях, банках, международных организациях и государственных учреждениях.

Директор по продажам и маркетингу (122105)

Руководство коммерческими командами, управление продажами, построение партнёрств и реализация интегрированных кампаний на национальных и международных рынках.

Логист по управлению потоками (214129)

Проектирование и координация потоков материалов, информации и продукции в производственно-распределительных сетях, с упором на эффективность, отслеживаемость и цифровизацию.

Другие возможные должности:

- 1) Директор микропредприятия, малого бизнеса или социального предприятия (112013 / 121302 / 122104), особенно в предпринимательском секторе;
- 2) Руководители по продажам и маркетингу (1221), особенно в сферах розничной торговли, услуг или технологий;
- 3) Специалисты по связям с общественностью и интегрированной коммуникации (243), в агентствах, НПО или госструктурах;
- 4) Менеджеры по бизнесу / регионам / отделам (ESCO: 1213.5, 1213.5.1, 1219.4), с функциями координации, стратегического управления и лидерства на международных рынках.

Профессиональная интеграция выпускников

Структура программы способствует быстрой интеграции выпускников в:

- 1) Частные и международные компании — в отделах стратегии, маркетинга, логистики, продаж или развития;
- 2) Государственные учреждения — в области экономического планирования, торговой политики, закупок и городской логистики;
- 3) Консалтинговые и аудиторские фирмы — в рамках бизнес-анализа, организационной реструктуризации или маркетинговых исследований;
- 4) Предпринимательские инициативы — в новых секторах, таких как e-commerce, циклическая экономика, экологичная логистика или цифровой маркетинг.

Программа готовит адаптивных специалистов, способных управлять командами, контролировать сложные экономические процессы и внедрять устойчивые решения в организациях. Выпускники признаны за свою стратегическую перспективу, инновационное мышление и активный вклад в трансформацию современной экономической среды.

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

Titularii diplomei de master în Management, Marketing și Logistică au acces la studii de doctorat (Ciclul III QF-EHEA / Nivelul 8 EQF), conform reglementărilor în vigoare. Această oportunitate le permite să-și aprofundeze cunoștințele și să contribuie la cercetarea științifică în domenii precum științe economice, administrarea afacerilor, marketing și logistică.

9. Access to Further Studies for Graduates of the Program

Holders of a master's degree in Management, Marketing, and Logistics are eligible to pursue doctoral studies (QF-EHEA Cycle III / EQF Level 8), in accordance with current regulations. This opportunity enables them to deepen their knowledge and contribute to scientific research in fields such as economic sciences, business administration, marketing, and logistics.

9. Доступ к последующим уровням образования для выпускников данной программы

Обладатели диплома магистра по программе «Менеджмент, маркетинг и логистика» имеют право на продолжение обучения в докторантуре (Цикл III QF-EHEA / Уровень 8 EQF) в соответствии с действующим законодательством. Эта возможность позволяет углубить свои знания и внести вклад в научные исследования в таких областях, как экономические науки, управление бизнесом, маркетинг и логистика.