


Ministerul Educației al Republicii Moldova
Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare al Republicii Moldova
Colegiul Agroindustrial din Ungheni

Plan de învățământ

Domeniul general
 Domeniul de educație
 Domeniul de formare profesională
 Specialitatea
 Calificarea
 Forma de învățământ
 Termen de studii
 Număr de credite de studii transferabile alocate

Cod	Denumirea
4	Afaceri, administrare și drept
41	Afaceri și administrare
414	Marketing și publicitate
41410	Marketing
	Agent de vânzări
	Cu frecvență
	4 ani
	120


 Aprobat
 Ministerul Educației al Republicii Moldova
 Ministru
 Nr. de înregistrare 32-06/16
 " " " " 2016

Aprobat:
 Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare al Republicii Moldova
 Ministru
 Nr. de înregistrare
 " " " " 2016

Aprobat:
 Consiliul Profesorat al CAI din Ungheni
 Proces-verbal nr. 14 din
 "20" mai 2016
 Director T. Alcu

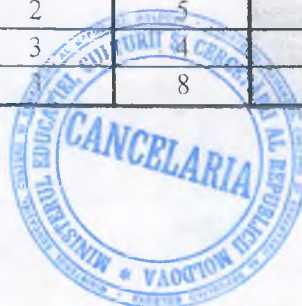
Planul de învățământ include

Anexa 1	Calendarul anului de studii
Anexa 2	Planul de formare profesională pe anii de studii
Anexa 3	Componenta liceală a planului de învățământ pe ani de studii
Anexa 4	Planul stagiilor de practică
Anexa 5	Standard de pregătire profesională

Anexa 1

Calendarul anului de studii

Anul de studii	Activități didactice		Sesiuni de examene		Stagii de practică	Vacanțe		
	sem. I	sem. II	sem. I	sem. II		iarnă	primăvară	vară
I	15	15	2	3	4	2	1	10
II	15	15	2	2	5	2	1	10
III	15	15	2	3	4	2	1	10
IV	15	10	3		8	2	1	



Planul de formare profesională pe anii de studii

Cod	Denumirea unității de curs	Total ore	Ore de contact direct				Ore de studiu individual	Numărul de ore contact direct pe săptămână								Forma de evaluare	Nr. credite
			Total	T	P	L		pe semestre de studii									
								I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII		
G	Componenta de formare a competențelor profesionale generale	300	210	90	45	75	90										10
G.01.O.001	Decizii pentru modul sănătos de viață	60	45	30	15	0	15	3									2
G.02.O.002	Informatica economică	60	45	10		35	15		3								2
G.03.O.003	Tehnologii informaționale în comunicare	90	60	20		40	30			4							3
G.07.O.004	Limba străină de afaceri	90	60	30	30	0	30										3
U	Componenta de orientare socio-umanistică	300	180	100	80	0	120										10
U.01.O.005	Etica profesională	60	30	20	10	0	30	2									2
U.02.O.006	Dreptul afacerilor	60	30	20	10	0	30		2								2
U.02.O.007	Corespondența economică	60	30	15	15	0	30		2								2
U.03.O.008	Bazele antreprenoriatului	120	90	45	45	0	30			6							4
F	Componenta fundamentală	840	435	245	190	0	405										28
F.03.O.009	Teoria economică (micro)	90	45	30	15	0	45			3							3
F.04.O.010	Teoria economică (macro)	60	30	20	10	0	30				2						2
F.04.O.011	Statistica	90	45	30	15	0	45			3							3
F.05.O.012	Designul ambalajului și a mărfurilor	90	60	30	30	0	30					4					3
F.06.O.013	Bazele analizei	90	45	30	15	0	45						3				3
F.07.O.014	Evidența contabilă	120	60	30	30	0	60							4			4
F.07.O.015	Comportamentul consumatorului	150	90	45	45	0	60							6			5
F.08.O.016	Analiza mediului de marketing	90	30	10	20	0	60								3		3
F.08.O.017	Organizarea expozițiilor și târgurilor	60	30	20	10	0	30								3		2
S	Componenta de specialitate	990	590	285	305	0	400										33
S.04.O.018	Marketing I	120	90	45	45	0	30				6						4
S.05.O.019	Marketing II	90	60	30	30	0	30					4					3
S.05.O.020	Cercetări de marketing	120	60	30	30	0	60					4					4
S.06.O.021	Tehnici promoționale	120	60	30	30	0	60						4				4

Cod	Denumirea unității de curs	Total ore	Ore de contact direct				Ore de studiu individual	Numărul de ore contact direct pe săptămână								Forma de evaluare	Nr. credite
			Total	T	P	L		pe semestre de studii									
								I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII		
S.07.O.022	Tehnici de negociere	150	90	45	45	0	60								6	ex	5
S.07.O.023	Agromarketing	120	90	45	45	0	30								6	ex	4
S.08.O.024	Marketingul serviciilor	90	60	30	30	0	30								6	ex	3
S.08.O.025	Marketing internațional	90	40	20	20	0	50								4	ex	3
S.08.O.026	Comerț on line	90	40	10	30	0	50								4	ex	3
P	Stagii de practică- Anexa 4	630	630				0										21
G+U+F+S+P	Total ore pentru unități de curs obligatorii	3060	2045	720	620	75	1015										102
A	Componenta opțională de specialitate	390	260	125	95	40	130										13
S.06.A.027	Administrarea afacerilor	90	60	30	30	0	30							4	ex	3	
S.06.A.028	Management																
S.07.A.029	Planificarea și organizarea comerțului	120	90	45	45	0	30							6	ex	4	
S.07.A.030	Organizarea și tehnologia comerțului																
S.08.A.031	Logistica mărfurilor	90	60	40	20	0	30							6	ex	3	
S.08.A.032	Gestiunea stocurilor																
S.08.A.033	Sisteme informaționale în marketing	90	50	10		40	40							5	ex	3	
S.08.A.034	Sisteme informaționale automatizate în domeniul agroindustrial																
G+U+F+S+P+A	Total ore - unități de curs: obligatorii și opționale	3450	2305	845	715	115	1145										115
L	Componenta la liberă alegere	420	180	85	95		240										12
G.01.L.001	Economia aplicată	60	30	15	15	0	30	2								ex	2
G.01.L.002	Psihologia social economica																
U.04.L.003	Cultura comunicării	60	30	15	15	0	30				2					ex	2
U.04.L.004	Cultura afacerilor																
S.05.L.005	Sondaje și chestionare	60	30	15	15	0	30					2				ex	2
S.05.L.006	Concurența și competitivitatea mărfurilor																
S.06.L.007	Prețuri și tarife	60	30	15	15	0	30						3			ex	2
S.06.L.008	Tehnici de achiziție a mărfurilor																
S.07.L.009	Publicitatea	90	30	15	15	0	60							2		ex	3
S.07.L.010	Firma de exercițiu I																

Cod	Denumirea unității de curs	Total ore	Ore de contact direct				Ore de studiu individual	Numărul de ore contact direct pe săptămână								Forma de evaluare	Nr. credite
			Total	T	P	L		pe semestre de studii									
								I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII		
S.08.L.011 S.08.L.012	Gestiunea forțelor de vânzare Firma de exercițiu II	90	30	10	20	0	60									3 ex	3
Total ore-unități de curs: obligatorii, opționale și la libera alegere		3870	2485	930	810	115	1385										115
Discipline de cultură generală -Anexa 2		2010	2010					26	26	21	21	20	20				
Ore contact direct pe săptămână								33	33	34	34	34	34	34	34		
Examene: nr. de ex * 25 elevi * 15 min per elev / 45 min		300	300					3	3	3	4	4	4	4	4		36
Consultații pentru examene: nr. de ex. * 2 ore		72	72														
Examene de calificare: 5 membri ai comisiei * nr. de elevi *25 min per elev / 45 min		70	70														5
Consultații pentru examenele de calificare		30	30														
Elaborarea proiectului de diplomă: nr. de elevi * 30 ore		300	300														
Susținerea proiectului de diplomă: 5 membri ai comisiei * nr. de elevi *25 min per elev / 45 min		30	30														
Ore pentru activități extrașcolare		220	220														
Total ore/credite de studii în planul de învățământ		6902	5517	930	810	115	1385										120

Notă.

- Numărul elevilor ce susțin proiectul de diplomă se aprobă în cadrul Consiliului profesoral.
- La lecțiile practice grupa cu componența mai mare de 25 elevi se va diviza pe subgrupe.

Probe de evaluare		
Varianta	Denumirea activității	Perioada
A	Examen de calificare: Marketing I și II, Tehnici de negociere	27.06-30.06
B	Susținerea lucrării/ proiectului de diplomă	27.06-30.06

Componenta liceală a planului de învățământ pe ani de studii / profil real

	Discipline de cultură generală	Total ore	Numărul de ore pe săptămână pe semestre de studii					
			I	II	III	IV	V	VI
		2010	26	26	21	21	20	20
1	Limba și literatura română	330	4	4	4	4	3	3
2	Limba străină	210	3	3	2	2	2	2
3	Matematică	450	5	5	5	5	5	5
4	Fizică/Astronomie	150	2	2	1	1	2	2
5	Chimie	120	2	2	1	1	1	1
6	Biologie	120	2	2	1	1	1	1
7	Istoria românilor și universală	150	2	2	2	2	1	1
8	Geografie	120	2	2	1	1	1	1
9	Educația civică	90	1	1	1	1	1	1
10	Informatică	90	1	1	1	1	1	1
11	Educație fizică	180	2	2	2	2	2	2

Notă.

- Pentru grupele cu predare în limba rusă, numărul de ore prevăzut în plan la disciplina limba și literatura română se va aloca disciplinelor limba și literatura rusă.
- Pentru disciplina limba și literatura română se vor include a câte 3 ore săptămânal pe parcursul semestrelor 1-6.

Planul stagiilor de practică

	Stagii de practică	Semestrul	Nr. de săptămâni	Nr. de ore	Perioada	Nr. de credite
	Total			630		21
1	Practica de inițiere în specialitate	II	4	120		4
2	Practica de specialitate I	IV	5	150		5
3	Practica de specialitate II	VI	4	120		4
4	Practica ce anticipează probele de absolvire	VIII	8	240		8

Notă.

- La stagiile de practică subgrupele se vor constitui din 8-10 elevi.

STANDARDUL DE CALIFICARE AL SPECIALISTULUI SPECIALITATEA MARKETING

Descrierea generală a domeniului

Agentul de vânzări- este specialistul care cunoaște mărfurile în toată varietatea și complexitatea problematicii lor și contribuie considerabil la diversificarea, înnoirea și modernizarea produselor, la îmbunătățirea calității și încadrarea pe clase de calitate, astfel încât noile valori de utilizare să corespundă cerințelor pieței. Este meseria care:

- organizează activitatea unei firme
- utilizează programe informatice de contabilitate
- identifică cele mai bune surse de finanțare pentru desfășurarea activității unei firme
- identifică oportunitățile de piață
- realizează oferte de mărfuri conform nevoilor și cerințelor consumatorilor
- cunoaște marketingul afacerii
- comunică eficient cu clienții
- stăpânește tehnici de negociere în afaceri
- dezvoltă abilitățile antreprenoriale
- promovează produsele
- utilizează bilanțul contabil pentru informarea, analiza și previzionarea activităților prin calculul principalilor indicatori economico-financiari

Obiectivul esențial este pregătirea **agentului de vânzări** pentru a activa în entitățile economice, bazate pe orice formă de proprietate.

Absolvenții domeniului de formare profesională pot activa în entități comerciale și economice, departamente de vânzări și aprovizionări, bazate pe orice formă de proprietate în calitate de:

- Agent comercial
- Tehnician merceolog
- Agent de vanzari
- Receptioner contractări și achiziții
- Funcționar in activități comerciale

Pentru a realiza cu succes această ofertă educațională este necesar să se creeze un mediu educațional adecvat, calitativ și productiv, centrat pe elev, care se va baza pe următoarele principii de organizare a formării:

- Crearea unui mediu de învățare autentic apropiat de mediul afacerilor și relevant intereselor persoanei, pentru realizarea obiectivelor proiectate: însușirea de cunoștințe, formare de deprinderi și de atitudini personale și profesionale ;

- Îmbinarea aspectelor de natură teoretică și cultivarea unor competențe de activitate în domeniul comerțului;

- Structurarea demersurilor educaționale pe concepția "învăță acționând" și dezvoltarea unor dexterități de ordin practic;

- Valorificarea unor tehnici moderne de instruire, inclusiv de dezvoltare a creativității.

Caracteristici - cheie

Nivelul	Studii medii de specialitate (în baza studiilor gimnaziale)	Studii medii de specialitate (în baza studiilor medii de cultură generală/liceale)	Note
Durata studiilor	4 ani	2 ani	
Credite de studiu ECTS	120	120	
Forma de organizare	Învățământ cu frecvența la zi	Învățământ cu frecvența la zi	
Condiții de acces	diplomă de gimnaziu	diplomă de BAC diplomă de studii medii generale	
Stagii practice	Cu titlu obligatoriu: - practica instructivă; - practica tehnologică; - practica de diplomă.	Cu titlu obligatoriu: - practica instructivă; - practica tehnologică; - practica de diplomă.	
Tipuri de evaluări	În procesul de evaluare se utilizează următoarele tipuri de evaluare: 1. Evaluare inițială; 2. Evaluare curentă; 3. Evaluare sumativă.	În procesul de evaluare se utilizează următoarele tipuri de evaluare: 1. Evaluare inițială; 2. Evaluare curentă; 3. Evaluare sumativă	
Modalități de evaluare finală	Susținerea examenului de absolvire la disciplinele de specialitate	Susținerea examenului de absolvire la disciplinele de specialitate.	
Certificare	Diplomă	Diplomă	
Titlul acordat	Agent de vânzări	Agent de vânzări	
Drepturi pentru absolvenți	Participarea la concursul de admitere în instituțiile de învățământ superior, angajarea în diverse unități economice	Participarea la concursul de admitere în instituțiile de învățământ superior, angajarea în diverse unități economice	
Instituția responsabilă de monitorizare a programelor	Ministerul Educației Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare	Ministerul Educației Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare	

Descrierea calificării

Titluri acordate/componente specifice

Agent de vânzări. Realizarea eficientă a obiectivelor specialității le permite absolvenților o integrare socio-profesională de succes. Pregătirea specialiștilor include 4 componente:

1. Componenta fundamentală care presupune transpunerea diferitor sisteme de semne, substanțe, definirea noțiunilor, comentarea legilor, conceptelor, realizarea calculelor de bază etc. Această componentă se va realiza în cadrul următoarelor discipline:

- Teorie economică;
- Bazele economiei;
- Tehnici de vânzări;
- Evidența contabilă;
- Etc.

2. Componenta de formare a abilităților și competențelor generale va include formarea competențelor în următoarele domenii:

- Limba străină de afaceri;
- Tehnologii informaționale în comunicare;
- Etc.

3. Componenta de orientare socio-umanistică presupune cunoștințe de ordin general, care să-l caracterizeze ca pe o persoană inteligentă, dezvoltată multilateral. Această componentă se va realiza în cadrul următoarelor discipline:

- Etica profesională;
- Cultura comunicării;
- Dreptul afacerilor;
- Etc.

4. Componenta de orientare spre specializare. Va pune accentul pe capacitatea de efectuare a studiului de piață în scopul asigurării adaptabilității la cerințele pieței. Această componentă urmărește asimilarea

• cunoștințelor și formarea deprinderilor practice, ținând cont de specializări în următoarele domenii:

- Marketing
- Cercetări de marketing
- Tehnici promoționale
- Agromarketing
- Marketing industrial
- Etc.

Ocupațiile tipice pentru absolvenții în domeniul Merceologiei

Domenii de specializare	Categoriile/grupuri de profesii pe domenii de activitate	Lista profesiilor conform specializării
Specialitatea: Marketing	Comerț Întreprinderi din industria alimentară și industrială	- agent de vânzări

Rolul domeniului în alte programe de formare

Învățământul mediu de specialitate prezintă o componentă de bază a sistemului instituționalizat de pregătire profesională din Republica Moldova și are drept misiune de bază pregătirea specialiștilor cu caracter aplicativ pentru economia națională, conjugând această activitate cu educarea unor adevărați cetățeni, prin îmbinarea armonioasă a promovării valorilor naționale, europene și general- umane.

Agenții economici necesită specialiști competenți, capabili să contribuie la soluționarea problemelor parvenite în activitatea unităților comerciale, ceea ce se poate realiza prin învățarea, formarea și dezvoltarea competențelor specifice domeniului mărfurilor. Din aceste considerente la specialitatea „Marketing” se studiază discipline enumerate anterior. Aceste cursuri contribuie la formarea competențelor de tip instrumental, interpersonal.

Descrierea finalităților de studiu și a competențelor

Denumirea succintă a competențelor	Descriptorii ale competențelor
La nivel de cunoaștere	Demonstrarea cunoștințelor în următoarele domenii: 1. Termenii de bază cu care se operează în marketing; 2. Factorii și metodele de menținere a calității mărfurilor; 3. Principiile de formare a sortimentului de mărfuri în funcție de cererea pieței; 4. Condițiile ce pot modifica calitatea mărfurilor în sfera circulației; 5. Tehnologii comerciale și organizarea comerțului; 6. Legislația Republicii Moldova, actele normative-tehnice; 7. Tehnologii informaționale în marketing;

<p>La nivel de planificare a activității proprii</p>	<p>8. Stabilirea priorităților zilnice în corelație cu indicațiile primite din surse autorizate; 9. Planificarea etapelor activității în succesiune logică în funcție de complexitatea lucrărilor de executat; 10. Analizarea cauzelor nerealizării unor activități;</p>
<p>La nivel de lucru în echipă</p>	<p>Demonstrarea aptitudinilor; 11. Modul de comunicare și colaborare cu echipa ; 12. Contribuirea la atingerea scopurilor și a obiectivelor echipei; 13. Aplicarea competențelor profesionale; punctele forte ale echipei; 14. Contribuirea la formarea unei echipe eficiente; 15. Acceptarea și oferirea feedbackului într-un mod constructiv și avantajos; 16. Transmiterea operativă informațiilor structurate în corelație cu specificul fiecărei situații în parte; 17. Analizarea informațiilor primite cu promptitudine și responsabilitate.</p>
<p>La nivel de gestionare a informației</p>	<p>20. Selectarea programului specific în funcție de unitatea economică, scopul urmărit, în corelație cu tipul documentelor necesare; 21. Introducerea și sinteza datelor primare în totalitate, cu acuratețe în conformitate cu cerințele programului informațional; 22. Verificarea corectitudinii datelor introduse 23. Urmărirea evidenței mărfurilor ;</p>
<p>La nivel de documentare</p>	<p>24. Completarea actelor în domeniul 25. Urmărirea evidenței mărfurilor utilizând serviciul electronic;</p>
<p>La nivel de planificare a activității comerciale</p>	<p>26. Planificarea strategiilor de comercializare a mărfurilor; 27. Diversificarea gamei sortimentale de mărfuri; 28. Efectuarea sondajului cu privire la studierea cererii și ofertei; 29. Asigurarea aprovizionării cu stocul de mărfuri unităților comerciale;</p>
<p>La nivel de organizare a activității comerciale</p>	<p>30. Organizarea proceselor de depozitarea și păstrarea mărfurilor; 31. Desfășurarea activităților de desfacere a mărfurilor; 32. Evaluarea stocului de mărfuri din unitatea comercială; 33. Aplicarea diverselor metode și tehnici de comercializare a mărfurilor;</p>

<p>La nivel de integrare</p>	<p>34. Desfășurarea activităților unităților comerciale în conformitate cu cerințele tehnologiilor moderne;</p> <p>35. Completarea stocuri de marfă în unitățile comerciale;</p> <p>36. Aplicarea diverselor forme de vânzare și strategii de marketing;</p> <p>37. Efectuarea evidenței produselor de la recepție până la comercializare;</p> <p>38. Elaborarea rapoartelor privind rulajul mărfurilor;</p> <p>39. Verificarea și asigurarea calității produselor;</p> <p>40. Analiza preferințelor consumatorilor în domeniul calității și diversificarea sortimentului;</p> <p>41. Aplicarea sistemului de management a calității în unitatea comercială;</p> <p>42. Negocierea și încheierea contractelor cu furnizorii;</p>
<p>La nivel de analiză și sinteză</p>	<p>43. Analiza volumului de vânzări;</p> <p>44. Elaborarea măsurilor de micșorare a perisabilității mărfurilor;</p> <p>45. Studiarea cererii și ofertei de mărfuri.</p>

CONTINUAREA DEMERSULUI PROFESIONAL PRIN STUDII SUPERIOARE UNIVERSITARE

Aceasta calificare permite absolvenților să urmeze oricare din specializarile următoare:

- Economie și afaceri internaționale
- Economia comerțului turismului și serviciilor
- Informatică economică
- Economie generală și comunicare economică
- Marketing și Logistică
- Marketing și Achiziții

**Procesul de consultare cu persoanele și instituțiile - cheie
(angajatorii, absolvenții, tinerii specialiști etc.)**

Procesul de consultare are loc în cadrul elaborării și perfecționării programelor de studii, în cadrul organizării practicii tehnologice și de diplomă, în timpul examenelor de absolvire, precum și elaborarea unor programe de studii cu destinație specială la comanda angajatorilor.

Metodă eficientă de conlucrare cu angajatorii ar fi evaluarea competențelor practice ale absolvenților în baza metodei "assessment center" - a soluționării situațiilor de caz propuse absolvenților de către angajatori.

Notă: pentru grupele cu limbă rusă de instruire se preconizează predarea limbii de stat pe parcursul anilor de studii.

Vizat:

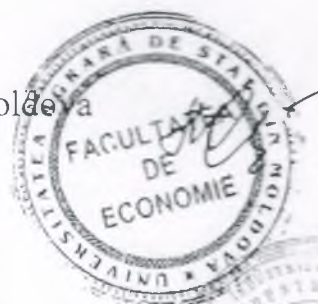
Ministerul Educației al R. Moldova
Direcția învățământ secundar profesional
și mediu de specialitate

S. Gîncu S.Gîncu

Ministerul Agriculturii și Industriei
Alimentare al R.Moldova
Direcția Știință, Formare Profesională
Și Extensiune Rurală

R. Reșitca R.Reșitca

Universitatea Agrară de Stat din Moldova
Catedra "Marketing și Achiziții",
Doctor, conferențiar universitar



S.Gangan

Colegiul Agroindustrial din Ungheni



I.Oboroc

Camera de Comerț și Industrie a R.M.
filiala Ungheni



A. Enache

V. Buluc
Dt. 07.16