

Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova
Colegiul Național de Comerț al Academiei de Studii Economice din Moldova
 Colegiul de Industrie Ușoară din Bălți
 Colegiul Universității Libere Internaționale din Moldova

Planul 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
 Baza admiterii

Cod	Denumirea
04	Business, Administrare și Drept
041	Business și Administrare
0414	Marketing și publicitate
0414.1	Marketing
0414.1.1	Specialist / specialistă în marketing
	Cu frecvență
	4 ani
	120
	Certificat de studii gimnaziale

Aprobat:

Ministerul Educației și Cercetării
 al Republicii Moldova

Ministru *[Signature]* D. PERCIUN

Nr. de înregistrare SC 31/24

03 septembrie 2024

ordin nr. 1229/2024



Aprobat:

Consiliul Profesorial al Colegiului Național de Comerț al ASEM

Proces verbal nr. 11 din 25.06.2024

Director *[Signature]* C. BUDURIN-FURCULIȚĂ



Aprobat:

Consiliul Profesorial al Colegiului Universității

Libere Internaționale din Moldova

Proces verbal nr. 9 din 24.06.2024

Director *[Signature]* S. SARACUTA



Aprobat:

Consiliul Profesorial al Colegiului de Industrie Ușoară din Bălți

Proces verbal nr. 18 din 28.06.2024

Director *[Signature]* V. CISLAS



Planul de învățământ include:

Tabelul 1	Calendarul anului de studii
Tabelul 2	Planul de învățământ pe anii de studii
Tabelul 3	Stagii de practică
Tabelul 4	Generalizator - plan de învățământ
	Standardul de pregătire profesională

Tabelul 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	3	4	2	1	10
III	15	15	2	3	3	2	1	11
IV	15	10	3	3	8	1	1	

Tabelul 2. Planul de învățământ pe ani de studii

Cod	Denumirea unității de curs	Total ore	Ore de contact direct				SI	Numărul de ore de contact direct pe semestre de studii și săptămâni								Forma de evaluare	Nr. de credite	
			Total	T	P	L		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII			
G	Componenta de formare a competențelor profesionale generale	300	180	82	48	50	120	0	2	2	4	0	0	0	4	0	10	
G.02.O.001	Decizii pentru un mod sănătos de viață	60	30	18	12	0	30		2								ex	2
G.03.O.002	Tehnici de comunicare	60	30	18	12	0	30			2							ex	2
G.04.O.003	Tehnologia informației și a comunicațiilor	90	60	10	0	50	30				4						ex	3
G.07.O.004	Limba străină de afaceri	90	60	36	24	0	30					4					ex	3
U	Componenta de orientare socio-umanistică	300	135	81	54	0	165	0	0	0	0	0	4	3	3		10	
U.06.O.005	Bazele antreprenoriatului	120	60	36	24	0	60				4						ex	4
U.07.O.006	Bazele legislației în marketing	90	45	27	18	0	45					3					ex	3
U.08.O.007	Psihologia social - economică	90	30	18	12	0	60							3			ex	3
F	Componenta fundamentală	840	420	252	168	0	420	2	2	7	4	3	0	6	6		28	
F.01.O.008	Securitatea muncii	60	30	18	12	0	30	2									ex	2
F.02.O.009	Inițiere în economie	90	30	18	12	0	60		2								ex	3
F.03.O.010	Teoria economică	90	60	36	24	0	30			4							ex	3
F.03.O.011	Organizarea comerțului	90	45	27	18	0	45			3							ex	3
F.04.O.012	Coreșpondența economică	60	30	18	12	0	30				2						ex	2
F.04.O.013	Comportamentul consumatorului	60	30	18	12	0	30				2						ex	2
F.05.O.014	Segmentarea pieței	90	45	27	18	0	45					3					ex	3
F.07.O.015	Logistica	60	30	18	12	0	30							2			ex	2
F.07.O.016	Management	120	60	36	24	0	60							4			ex	4
F.08.O.017	Economia și gestiunea unităților economice	120	60	36	24	0	60								6		ex	4
S	Componenta de specialitate	1050	535	327	208	0	515	2	0	0	0	7	6	14	10		35	
S.01.O.018	Inițiere în specialitate	90	30	18	12	0	60	2									ex	3
S.05.O.019	Design și estetica mărfurilor	90	45	27	18	0	45					3					ex	3
S.05.O.020	Analiza pieței	120	60	36	24	0	60					4					ex	4

S.06.O.021	Comerț electronic	90	45	27	18	0	45												3			ex	3
S.06.O.022	Politici de marketing	120	45	27	18	0	75												3			ex	4
S.07.O.023	Tehnici promoționale	120	60	36	24	0	60													4		ex	4
S.07.O.024	Marketingul serviciilor	120	60	36	24	0	60													4		ex	4
S.07.O.025	Cercetări de marketing	120	90	60	30	0	30													6		ex	4
S.08.O.026	Organizarea activității de marketing	60	40	24	16	0	20														4	ex	2
S.08.O.027	Marketingul digital	120	60	36	24	0	60														6	ex	4
P	Stagiile de practică	600	450	282	168	0	150	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		20
P.02.O.028	Practica de inițiere în specialitate	120	90	60	30	0	30																4
P.04.O.029	Practica tehnologică I	120	90	60	30	0	30																4
P.06.O.030	Practica tehnologică II	90	60	36	24	0	30																3
P.08.O.031	Practica ce anticipează probele de absolvire	270	210	126	84	0	60																9
G+U+F+S+P																							
A	Componenta opțională de specialitate	360	180	108	72	0	180	2	2	2	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	6		12
S.01.A.032	Protecția consumatorului	60	30	18	12	0	30	2														ex	2
S.01.A.033	Educația pentru media																						
S.02.A.034	Cultura afacerilor	60	30	18	12	0	30														2	ex	2
S.02.A.035	Etica de afaceri																						
S.03.A.036	Comunicarea promoțională	60	30	18	12	0	30															ex	2
S.03.A.037	Marketingul evenimentelor																						
S.04.A.038	Merchandising	60	30	18	12	0	30															ex	2
S.04.A.039	Marketingul industrial																						
S.08.A.040	Ecomarketing	60	30	18	12	0	30															ex	2
S.08.A.041	Antreprenariat social																						
S.08.A.042	Marketingul social	60	30	18	12	0	30															ex	2
S.08.A.043	Marketingul internațional																						
G+U+F+S+P+A																							
		3450	1900	1132	718	50	1550	6	6	11	10	10	10	10	10	10	10	10	10	27	25		115

L	Componenta la liberă alegere	360	165	99	66	0	195	0	2	0	0	2	0	3	2	3	2	3	12
F.02.L.044	Integrare europeană																		
F.02.L.045	Bazele contabilității	60	30	18	12	0	30		2									ex	2
S.05.L.046	Firma de exercițiu I	90	30	18	12	0	60					2						ex	3
S.05.L.047	Scrierea de conținut																		
S.06.L.048	Firma de exercițiu II	90	45	27	18	0	45							3				ex	3
S.06.L.049	Publicitatea și media																		
S.07.L.050	Organizarea târgurilor și expozițiilor	60	30	18	12	0	30								2			ex	2
F.07.L.051	Statistica economică																		
F.08.L.052	Bussines planul	60	30	18	12	0	30											ex	2
S.08.L.053	Sisteme informaționale în marketing																		
	G+U+F+S+P+A+L	3810	2065	1231	784	50	1745	6	8	11	10	12	13	28	29	28			
	Disciplinele de cultură generală	2010	2010					26	26	21	21	20	20						
	Ore de contact direct pe săptămână							32	34	32	31	32	33	28	29	28			
	Examenul de calificare																		5
	Total	5820	4075	1231	784	50	1745												120

Legendă:

T =Teoretice/Prelegeri

P = Practice

L = Laborator

SI = Studiu individual

Tabelul 3. Stagii de practică

Cod	Stagii de practică	Semestrul	Nr. de săptămâni	Nr. de ore	Perioada	Nr. de credite
	Total			600		20
P.02.O.028	Practica de inițiere în specialitate	II	4	120	mai-iunie	4
P.04.O.029	Practica tehnologică I	IV	4	120	mai-iunie	4
P.06.O.030	Practica tehnologică II	VI	3	90	mai-iunie	3
P.08.O.031	Practica ce anticipează probele de absolvire	VIII	8	270	aprilie-iunie	9

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

Nr. d/o	Discipline de cultură generală	Numărul de ore pe săptămână pe semestre de studii					
		I	II	III	IV	V	VI
		26	26	21	21	20	20
1	Limba și literatura română	4	4	4	4	3	3
2	Limba străină	3	3	2	2	2	2
3	Matematică	5	5	5	5	5	5
4	Educația pentru societate	1	1	1	1	1	1
5	Educație fizică	2	2	2	2	2	2
6 *	Fizică/Astronomie	2	2	*	*	*	*
7	Chimie	2	2	*	*	*	*
8	Biologie	2	2	*	*	*	*
9	Istoria românilor și universală	2	2	*	*	*	*
10	Geografie	2	2	*	*	*	*
11	Informatică	1	1	*	*	*	*

Notă

* Numărul de ore pentru o disciplină școlară, de la componenta variabilă, se stabilește corespunzător numărului de ore aprobat pentru disciplina respectivă în Planul - cadru pentru învățământul liceal, conform prevederilor Ordinului Ministerului nr. 701 din 22.07.2020.

* Pentru grupele alolingve, disciplinei Limba și literatura rusă i se va alocă numărul de ore, prevăzut în Planul-cadru pentru disciplina Limba și literatura română, iar pentru disciplina Limba și literatura română se vor repartiza câte 3 ore săptămânal pe parcursul semestrelor I-VI.

Tabelul 4. Generalizator - plan de învățământ

Structura formativă de bază	Unități de curs și activități	Numărul de ore			Numărul de credite
		Total	Contact direct	Studiu individual	
Unități de curs de cultură generală		2010	2010		
Trunchi comun	Unități de curs de formare a competențelor profesionale generale	300	180	120	10
	Unități de curs de orientare socio-umanistă	300	135	165	10
	Unități de curs fundamentale	840	420	420	28
	Total	1440	735	705	48
Traseul individual	Unități de curs de specialitate	1050	535	515	35
	Unități de curs opționale	360	180	180	12
	Unități de curs la libera alegere	360	165	195	12
	Total	1770	880	890	59
Stagii de practică		600	600		20
Examen de calificare/Lucrarea de diplomă		150	150	0	5
Total ore		5970	4375	1595	132
Examene		380	380		
Ore pentru consultații		106	106		
Activități extradidactice		240	240		
Total ore plan de învățământ		6696	5101	1595	

* Pentru Lucrarea de diplomă se alocă până la 30 ore * numărul de elevi

STANDARDUL DE PREGĂTIRE PROFESIONALĂ

Descrierea calificării	0414.1.1 Specialist / specialistă în marketing dezvoltă și coordonează strategiile și campaniile de publicitate, realizează lansarea pe piață de noi bunuri și servicii, identifică și dezvoltă oportunitățile de piață pentru produse și servicii, planifică, dezvoltă și organizează politici și campanii de publicitate pentru realizarea obiectivelor de vânzări; consiliează managerii și clienții/clientele cu privire la strategiile și campaniile pentru atingerea piețelor-țintă, sporește conștientizarea consumatorilor și promovează efectiv bunurile și serviciile; scrie textelor pentru publicitate și distribuie acestea prin intermediul mass-mediei; colectează și analizează datele privind cerințele consumatorilor/consumatoarelor; interpretează, prognozează tendințele actuale și viitoare ale consumatorilor/consumatoarelor; cercetează cererea potențială și caracteristicile pieței pentru bunuri și servicii; sprijină creșterea și dezvoltarea afacerilor prin realizarea obiectivelor, politicilor și programelor de marketing; realizează cercetările de piață pentru identificarea oportunităților de piață pentru bunuri și servicii; prestează servicii de consultanță în domeniul marketingului
Nivel de calificare	4 CNCRM
Grupul țintă	Candidații în baza certificatului de absolvire a gimnaziului (sau a unui act de studii echivalent)
Tipul programului de formare profesională	Program de formare profesională tehnică postsecundară
Forma de organizare a studiilor	Învățământ cu frecvență la zi
Durata studiilor	4 ani – la programul de formare profesională tehnică postsecundară integrat, în baza studiilor gimnaziale, cu oportunitatea de susținere a examenului național de bacalaureat, profil real
Cuantificarea în credite de studii	120 ECTS (Credite de Studii Transferabile), echivalent ECVET
Condiții de acces	Certificatul de absolvire a gimnaziului (sau a unui act de studii echivalent)
Stagii de practică	Stagiile de practică se realizează în cadrul instituției de învățământ (cabine de studii, ateliere, laboratoare) sau în cadrul unităților economice în baza contractelor privind organizarea și desfășurarea stagiilor de practică. Programul cuprinde următoarele tipuri de stagii de practică: - Practica de inițiere în specialitate; - Practica tehnologică I; - Practica tehnologică II; - Practica ce anticipează proba de absolvire
Actul de studii, titlul/calificarea atribuită	Diplomă de studii profesionale (învățământul profesional tehnic postsecundar) Calificarea: Specialist / specialistă în marketing
Dezvoltare profesională / proiectarea carierei	Angajarea în câmpul muncii conform calificării atribuite: Continuarea studiilor la studii superioare de licență (nivel 6 CNCRM) la o specialitate din domeniul studiat sau la o altă specialitate Instituțiile de învățământ superior pot accepta până la 30 de credite de studii transferabile acumulate în învățământul profesional tehnic postsecundar, în cazul în care își continuă studiile la aceeași

	specialitate
Lista ocupațiilor tipice	În conformitate cu clasificatorul ocupațiilor din Republica Moldova (CORM 006-2021), absolvenții acestui program pot activa în calitate de: <i>243110 Specialist/specialistă în marketing (marketolog/marketologă);</i>

COMPETENȚE RELEVANTE CALIFICĂRII

<p>COMPETENȚE TRANSVERSALE (CT)</p>	<p>CT1. Autonomie și responsabilitate. Specialistul/specialista în marketing aplică în mod autonom și responsabil cunoștințele și abilitățile sale, ia decizii și își asumă responsabilitatea corespunzătoare nivelului la care își desfășoară activitatea. Aplică reguli de muncă eficiente, responsabilă și riguroasă în executarea atribuțiilor de serviciu, în cadrul propriei strategii de muncă în scopul punerii în valoare a potențialului creativ propriu în situații organizaționale, optimizare a activității, precum și respectarea normelor de etică și deontologie profesională.</p> <p>CT2. Interacțiune socială. Specialistul/specialista în marketing identifică corect rolurile și responsabilitățile în echipe pluridisciplinare de lucru, aplicarea tehnicilor / principiilor de relaționare eficientă în procesul lucrului în echipă</p> <p>CT3. Dezvoltarea personală și profesională. Specialistul/specialista în marketing valorifică principiul de perfecționare continuă, utilizează oportunitățile de formare continuă, a instrumentelor și a resurselor de învățare pentru dezvoltarea profesională și personală.</p>
<p>COMPETENȚE GENERICI (CG)</p>	<p>CG1. Integrarea progreselor tehnologice și tendințelor de dezvoltare din domeniu în activitatea profesională;</p> <p>CG2. Perfecționarea și optimizarea metodelor și procedeele utilizate în procesul de lucru;</p> <p>CG3. Întocmirea și interpretarea documentelor specifice activităților de marketing, în vederea respectării actelor normative la executarea sarcinilor de lucru;</p> <p>CG4. Autoorganizarea, planificarea, gândirea analitică, luarea deciziilor;</p> <p>CG5. Gestionarea eficientă a resurselor materiale, umane și de timp;</p> <p>CG6. Comunicarea la locul de muncă cu colegii, superiorii și alte persoane de referință, în limbaj profesional specific domeniului;</p> <p>CG7. Respectarea actelor normative în procesul de realizare a atribuțiilor ocupaționale;</p> <p>CG8. Prevenirea/gestionarea eficientă a situațiilor de urgență sau conflict;</p> <p>CG9. Respectarea cerințelor, principiilor și valorilor profesionale pentru crearea unui mediu de lucru adecvat și asigurarea rezultatelor optime la locul de muncă;</p> <p>CG10. Aplicarea competențelor în domeniul tehnologiilor informaționale în vederea utilizării mijloacelor de comunicații electronice și resurselor informaționale, destinate activității</p>

	<p>profesionale;</p> <p>CG11. Dezvoltarea profesională continuă;</p> <p>CG12. Cultivarea spiritului antreprenorial și de inițiativă.</p>
<p>COMPETENȚE PROFESIONALE (CP)</p>	<p>CP1. Aplicarea prevederilor legale referitoare la Securitate și Sănătate în Muncă (în continuare – SSM);</p> <p>CP2. Aplicarea normelor de protecție a mediului;</p> <p>CP3. Organizarea eficientă a procesului de lucru și organizarea rațională a locului de lucru;</p> <p>CP4. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/ situații bine definite, tipice domeniului;</p> <p>CP5. Coordonarea activităților de lucru cu superiorii, colegii, subalternii;</p> <p>CP6. Adoptarea deciziilor aferente activității profesionale;</p> <p>CP7. Utilizarea tehnologiilor informaționale;</p> <p>CP8. Întocmirea/completarea documentelor specifice activităților de marketing;</p> <p>CP9. Organizarea și desfășurarea proceselor și activităților de marketing în cadrul întreprinderii;</p> <p>CP10. Colectarea și interpretarea datelor de marketing;</p> <p>CP11. Identificarea oportunităților și riscurilor de piață;</p> <p>CP12. Dezvoltarea capacității de analiză și de gândire critică;</p> <p>CP13. Gestionarea resurselor materiale, financiare și informaționale;</p> <p>CP14. Realizarea programelor de promovare și stimulare a vânzărilor;</p> <p>CP15. Dezvoltarea traseului profesional.</p>

**TRANSPUNEREA COMPETENȚELOR PROFESIONALE SPECIFICE ÎN REZULTATE
ALE ÎNVĂȚĂRII**

Competențe profesionale	Rezultate ale învățării Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:	Module/unități de curs ce contribuie la formarea competențelor profesionale
<p>CP1. Aplicarea prevederilor legale referitoare la Securitate și Sănătate în Muncă (în continuare – SSM)</p> <p>CP2. Aplicarea strategiilor de protecție a mediului</p>	<p>- asigura respectarea cadrului normativ în activitatea desfășurată;</p> <p>- aplica măsurile SSM în corelație cu specificul activității și procedurile interne;</p> <p>asigura respectarea normelor de protecție a mediului.</p>	<p>Decizii pentru un mod sănătos de viață</p> <p>Bazele legislației în marketing</p> <p>Securitatea muncii</p> <p>Protecția consumatorului</p> <p>Ecomarketing</p>
<p>CP3. Organizarea eficientă a procesului de lucru și organizarea rațională a locului de lucru</p>	<p>- organiza eficient procesul de lucru în scopul atingerii obiectivelor organizaționale;</p> <p>- organiza locul de lucru pentru crearea condițiilor optime în desfășurarea activității profesionale.</p>	<p>Securitatea muncii</p> <p>Inițiere în specialitate</p> <p>Organizarea comerțului</p> <p>Tehnici de comunicare</p> <p>Firma de exercițiu I</p> <p>Firma de exercițiu II</p> <p>Practica de inițiere în specialitate</p> <p>Practica tehnologică I</p> <p>Practica tehnologică II</p> <p>Practica ce anticipează probele de absolvire</p>
<p>CP4. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/ situații bine definite, tipice domeniului</p>	<p>- aplica cunoștințele din domeniul economiei, marketingului și logisticii tipice proceselor organizaționale;</p> <p>- aplica principii și metode de cercetare a nevoilor și comportamentului consumatorilor din cadrul pieței, strategii de consiliere și promovare a bunurilor și serviciilor;</p> <p>- aplica principii și metode de bază din economie, marketing și logistică pentru proiectarea și elaborarea unor decizii specifice domeniului profesional.</p>	<p>Inițiere în economie</p> <p>Corespondența economică</p> <p>Comportamentul consumatorului</p> <p>Psihologia în afaceri</p> <p>Bazele antreprenorialului</p> <p>Teorie economică</p> <p>Cercetări de marketing</p> <p>Segmentarea pieței</p> <p>Bazele contabilității</p> <p>Analiza pieței</p> <p>Economia și gestiunea unităților economice</p>
<p>CP5. Coordonarea activităților de lucru cu superiorii, colegii, subalternii</p> <p>CP6. Adoptarea deciziilor aferente activității profesionale</p>	<p>- coordona activitățile de lucru și aplica tehnici eficiente de comunicare cu superiorii, colegii, subalternii pentru asigurarea unui mediu eficient de lucru;</p> <p>- lua decizii optime în situații specific activității.</p>	<p>Etica afacerilor</p> <p>Cultura afacerilor</p> <p>Firma de exercițiu I</p> <p>Firma de exercițiu II</p> <p>Limba străină de afaceri</p> <p>Tehnici de comunicare</p> <p>Corespondența economică</p> <p>Organizarea activității de marketing</p>

		Management
<p>CP7. Utilizarea tehnologiilor informaționale CP8. Întocmirea/completarea documentelor specifice activităților de marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> - utiliza tehnologiile informaționale în activitatea profesională; - elabora /completa documentele specifice activităților de marketing. 	<p>Tehnologia informației și a comunicațiilor Sisteme informaționale în marketing Bazele legislației în marketing Logistica Design și estetica mărfurilor Comerț electronic Politici de marketing Practica de inițiere în specialitate Practica tehnologică I Practica tehnologică II Practica ce anticipează probele de absolvire</p>
<p>CP9. Organizarea și desfășurarea proceselor și activităților de marketing în cadrul întreprinderii</p>	<ul style="list-style-type: none"> - proiecta și realiza activitățile specifice de planificare, dezvoltare și organizare a politicilor de marketing; - stabili și dezvolta relații cu partenerii de afaceri; - identifica particularitățile comportamentale ale consumatorilor și alege strategiile de relaționare adecvate; - estima riscurile și oportunitățile mediului de marketing; - elabora strategii de marketing specifice domeniului de activitate. 	<p>Merchandising Politici de marketing Organizarea activității de marketing Scrierea content-ului Design și estetică mărfurilor Marketing digital Marketingul serviciilor Marketing industrial Marketingul internațional Marketingul evenimentelor Practica de inițiere în specialitate Practica tehnologică I Practica tehnologică II Practica ce anticipează probele de absolvire</p>
<p>CP10. Colectarea și interpretarea datelor de marketing CP11. Identificarea oportunităților de piață</p>	<ul style="list-style-type: none"> - aplica metode și tehnici de culegere a datelor pentru eficientizarea proceselor de marketing; - prospecta piața în vederea identificării oportunităților de afaceri; - utiliza rezultatele studiilor de piață în luarea deciziilor optime. 	<p>Politici de marketing Cercetări de marketing Analiza pieței Statistica economică Business planul Organizarea târgurilor și expozițiilor Publicitatea și media Relații cu publicul Practica de inițiere în specialitate Practica tehnologică I Practica tehnologică II Practica ce anticipează probele de absolvire</p>
<p>CP12. Dezvoltarea capacității de analiză și de gândire critică</p>	<ul style="list-style-type: none"> - analiza indicatorii activității economice la nivel de entitate, ramură; - elabora rapoarte specifice domeniului de activitate; - elabora măsuri de atenuare a 	<p>Analiza pieței Teorie economică Cercetări de marketing Marketingul social Cercetări de marketing Analiza pieței</p>

	riscurilor și valorificare a posibilităților generate de piață.	Practica de inițiere în specialitate Practica tehnologică I Practica tehnologică II Practica ce anticipează probele de absolvire
CP13. Gestionarea resurselor materiale, financiare și informațional	<ul style="list-style-type: none"> - aplica metode cantitative și calitative de analiză și prelucrare a informației; - evalua și gestiona eficient resursele financiare ale entității; - fundamenta și ajusta prețurile la conjunctura pieței și prevederile actelor normative; - analiza și gestiona resursele și activitatea entității; 	Bazele contabilității Economia și gestiunea unităților economice Firma de exercițiu I Firma de exercițiu II Business plan Economia și gestiunea unităților economice Marketingul industrial Organizarea și tehnologia comerțului
CP14. Realizarea programelor de promovare și stimulare a vânzărilor	<ul style="list-style-type: none"> - proiecta programe de promovare a bunurilor și serviciilor; - informa clienții cu privire la caracteristicile bunurilor și serviciilor; - elaborează bugetele promoționale; - evalua eficiența activităților de promovare și stimulare a vânzărilor; - organiza monitorizarea post-vânzare și service-ul. 	Educația pentru media Tehnici promoționale Scrierea de conținut Comunicarea promoțională Publicitatea și media Politici de marketing Organizarea târgurilor și expozițiilor Practica de inițiere în specialitate Practica tehnologică I Practica tehnologică II Practica ce anticipează probele de absolvire
CP15. Dezvoltarea traseului profesional	<ul style="list-style-type: none"> - autoevalua calitatea lucrărilor efectuate în raport cu nivelul propriu de dezvoltare profesională; - dezvoltă conduita creativ-inovativă la locul de muncă; - evalua critic și constructiv activitatea profesională; - dezvoltă spiritul de echipă și gestiona situațiile de criză. 	Integrare europeană Etica profesională Bazele comunicării Cultura afacerilor Management Marketingul social Limba străină de afaceri Politici de marketing Practica de inițiere în specialitate Practica tehnologică I Practica tehnologică II Practica ce anticipează probele de absolvire

Fișa de coordonare a planului de învățământ

Instituția / Agent economic	Numele, Prenumele, Funcția	Semnătura, L.Ș.
<i>Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova</i>	<i>Gîncu Silviu, Șef Direcție politici în domeniul învățământului profesional tehnic</i>	
<i>Academia de Studii Economice din Moldova</i>	<i>Stratan Alexandru, rector ASEM, doctor habilitat în științe economice, profesor universitar, membru corespondent al AȘM</i>	
<i>Colegiul Național de Comerț al Academiei de Studii Economice din Moldova</i>	<i>Budurin-Furculiță Cristina, director</i>	 
<i>Colegiului de Industrie Ușoară din Bălți</i>	<i>Cislaș Valentin, director</i>	 
<i>Colegiul Universității Libere Internaționale din Moldova</i>	<i>Saracuța Svetlana, director</i>	
<i>SRL „FineDigital”</i>	<i>Faina Ivan, director</i>	 