



Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova

Colegiul Național de Comerț al ASEM

Aprob:

Directorul Colegiului Național de Comerț al ASEM,

C. Budur

COLEGIUL
NAȚIONAL

Budurin- Furculiță C.

DE COMERȚ

15 decembrie

2023

Curriculumul disciplinar

F.03.O.010 Microeconomie

Programul de formare profesională tehnică: 41410 Marketing

Calificarea: 332201 Agent de vânzări

Numărul de credite - 2

2023

Aprobat:

La ședința **Consiliului metodic – științific** al Colegiului Național de Comerț al ASEM

proces verbal nr. 4 din 12 decembrie 2023

Director adjunct pentru educație și instruire  Rotaru I.

La ședința Catedrei "Economie, Turism, Servicii"

proces verbal nr. 4 din 28 noiembrie 2023,

șef catedră  Patrașcu D.

Autori:

Patrașcu Dorina, profesoară de discipline economice, grad didactic doi

Enachi Olga, profesoară de discipline economice, grad didactic întâi

Recenzenți:

LEXUS, Chișinău, manager marketing și reclamă, Cernavca Olesea

SRL Profmet, Chișinău, șef departament "Resurse umane", Postolache Natalia

Cuprins

I.	Preliminarii.....	4
II.	Motivația, utilitatea disciplinei pentru dezvoltarea profesională.....	4
III.	Competențe profesionale specifice disciplinei.....	5
IV.	Administrarea disciplinei.....	6
V.	Unitățile de învățare.....	7
VI.	Repartizarea orientativă a orelor pe unitățile de învățare.....	9
VII.	Studiul individual ghidat de profesor.....	9
VIII.	Lucrările practice recomandate.....	10
IX.	Sugestii metodologice.....	11
X.	Sugestii de evaluare a competențelor profesionale.....	12
XI.	Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii.....	13
XII.	Resursele didactice recomandate elevilor.....	13

I. Preliminarii

Curriculum disciplinei *F.03.O.010 Microeconomie* în instituțiile de învățământ profesional-tehnic postsecundar, reprezintă un element fundamental, constitutiv al componentei fundamentale. Proiectarea curriculară e realizată în baza prevederilor domeniului de formare profesională 414 „Marketing și Publicitate” la specialitatea 41410 „Marketing”, a Planului de formare profesională elaborat de Colegiul Național de Comerț al ASEM și aprobat de Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova prin Nr.590 SC-27/22 din 22.06.2022 și Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare al Republicii Moldova.

Demersurile didactice la unitatea de curs *F.03.O.010 Microeconomie* sunt centrate pe formarea și dezvoltarea competențelor ocupaționale și ale celor profesionale necesare elevilor absolvenți a programului de formare profesională 41410 Marketing pentru încadrarea pe piața muncii a Republicii Moldova.

Este o unitate de curs fundamentală pentru programul de formare profesional „Marketing” destinat elevilor anului II, în semestrul III, beneficiind de 30 de ore contact direct și 30 ore de studiu individual ghidat de profesor, și se acreditează cu un număr de 2 credite.

Scopul unității de curs este accentuarea caracterului practic – aplicativ, se va insista pe formarea competențelor funcțional-acționale din domeniul marketingului și cel de calificare „agent de vânzări”, cât și analiza unor fapte, procese economice de interes general-economic și, îndeosebi, a modalităților de organizare și realizare a activității de marketing din Republica Moldova.

Pentru dezvoltarea competențelor specifice unității de curs respective, elevul trebuie să posede cunoștințe și abilități dobândite în cadrul unităților de curs: U.01.O.005 Bazele legislației, F.02.O.009 Bazele comerțului; F.02.L.045 Inițiere în economie.

II. Motivația, utilitatea disciplinei pentru dezvoltarea profesională

”Economia este unica direcție a cercetărilor sociale, căreia i se acordă Premiul Nobel. De aceea, însușirea acestei discipline trebuie să se realizeze într-un mod cât mai activ.”

De astfel, curriculum la unitatea de curs *F.03.O.010 Microeconomie* asigură elevilor încadrați la programul de formare profesională 41410 „Marketing” posibilitatea de a studia și de a determina importanța proprietății private, a raportului dintre cerere, ofertă, preț de echilibru, elasticitatea cererii și a ofertei, de a explora rolurile de producători și/sau consumatori, precum și de a calcula costurile de producție, veniturile, profiturile, inclusive analiza structurilor concurențiale existente pe piață. Astfel, o să-și formeze un comportament economic rațional care să servească la identificarea promptă a soluțiilor optime pentru diverse probleme ce țin de procesul de vânzare și prestare a serviciilor către clienți în calitate de agenți de vânzări.

Totalitatea abilităților și competențelor profesionale obținute în urma studierii unității de curs F.03.O.010 Microeconomie, vor avea o perspectivă interdisciplinară și vor servi drept suport pentru perfecționarea profesională a elevilor la programul de formare profesional tehnică “Marketing”, după cum urmează:

F.04.O.011 Macroeconomie

U.04.O.006 Bazele antreprenoriatului

F.05.O.013 Marketing

F.06.O.014 Bazele contabilității

F.07.O.016 Management

F.08.O.017 Economia și gestiunea unităților economice

S.08.O.024 Analiza pieții

Studierea *acestei discipline* va contribui la formarea și dezvoltarea de competențe economice generale, ce vor pune baza la acumularea de cunoștințe, formarea de abilități și atitudini de care au nevoie toți indivizii pentru împlinirea și dezvoltarea personală, pentru incluziune socială și inserție profesională. Organizarea demersului didactic, utilizându-se metode și strategii participative vor permite elevului să cultive gândirea critică și creativitatea, motivația de dezvoltare profesională.

III. Competențe profesionale specifice disciplinei

Competența profesională din descrierea calificării:

Dezvoltarea capacității de analiză și de gândire critică.

Competența profesională se rezumă la instrumentele de muncă intelectuală din câmpul problematic al economiei în scopul major al integrării sale eficiente și active în viața economică și socială a țării, precum și prin realizarea activităților cerute în domeniul prestării serviciilor de marketing, la nivelul calitativ specificat de calificarea „agent de vânzări” în programul de formare profesional tehnică 41410 ”Marketing”.

Competențele profesionale specifice unității de curs F.03.O.010 Microeconomie:

Competențele profesionale specifice unității de curs	Unitățile de competență
CS.1 Analiza fenomenelor și proceselor economice specifice microeconomiei;	UC.1.1 Analiza critică a conceptelor și valorilor care stau la baza sistemului economiei de piață. UC.1.2 Descrierea modului în care banii, bunurile și serviciile leagă afacerile într-o economie de piață. UC.1.3 Utilizarea conceptelor economice pentru explicarea comportamentelor individuale și colective a consumatorilor/ producătorilor.

	UC.1.4 Identificarea problemelor economice fundamentale cu care se confruntă societatea umană. UC.1.5 Identificarea esenței și rolului concurenței în economia de piață. UC.1.6 Explicarea rolului statului în economia de piață pentru dezvoltarea profesională.
CS.2 Analiza indicatorilor activității economice la nivel de entitate;	UC.2.1 Estimarea cheltuielilor de producție pentru determinarea prețului bunurilor și serviciilor produse. UC.2.2 Stabilirea programului de consum ce maximizează utilitatea consumatorului în baza legii utilității marginale descrescânde. UC.2.3 Aprecierea rolului cererii și ofertei ca factori esențiali în soluționarea problemei economice de bază „ce, cum, pentru cine?” UC.2.4 Analiza elasticității cererii în funcție de preț și venit. UC.2.5 Determinarea elasticității ofertei de mărfuri. UC.2.6 Explicarea modului rațional de alegere și renunțare prin prisma costului de oportunitate pentru efectuarea alegerii corecte.
CS.3 Elaborarea măsurilor de atenuare a riscurilor și valorificarea posibilităților generate de piață.	UC.3.1 Aprecierea activității antreprenoriale în Republica Moldova ca perspectivă de angajare în câmpul muncii. UC.3.2 Determinarea principalilor factori de producție combinate rațional în activitatea economică, și impactul utilizării lor în activitatea economică asupra mediului înconjurător. UC.3.3 Determinarea trăsăturilor entității în condițiile pieții cu concurență perfectă și imperfecte.

IV. Administrarea disciplinei

Codul disciplinei	Denumirea disciplinei	Semestrul	Numărul de ore				Modalitatea de evaluare	Numărul de credite
			Total	Contact direct		Studiul individual		
				Prelegeri	Practică/ Seminar			
F.03.O.010	Microeconomie	III	60	18	12	30	Examen	2

V. Unitățile de învățare

Unitățile de competență	Unitățile de conținut
1. Obiectul de studiu, metodologia și rolul microeconomiei	
UC.1.4 Identificarea problemelor economice fundamentale cu care se confruntă societatea umană. UC.2.6 Explicarea modului rațional de alegere și renunțare prin prisma costului de oportunitate pentru efectuarea alegerii corecte.	1.1. Teoria economică și obiectul ei de studiu. Nevoile, bunurile și resursele economice. 1.2. Obiectul și subiecții analizei microeconomice. 1.3. Costul alternativ și modelul posibilităților de producție.
2. Cererea și oferta pe piața bunurilor de consum. Echilibru și dezechilibru pieței.	
UC.1.2 Descrierea modului în care banii, bunurile și serviciile leagă afacerile într-o economie de piață. UC.2.3 Aprecierea rolului cererii și ofertei ca factori esențiali în soluționarea problemei economice de bază „ce, cum, pentru cine?”	2.1. Cererea: factorii determinanți. Legea cererii. Excepții de la legea cererii. Curba cererii. 2.2. Oferta: factorii ofertei. Legea ofertei. Curba ofertei. Tipologia ofertei. 2.3. Echilibrul și dezechilibrul pieței. Modificarea echilibrului pieței în cazul modificării cererii și/sau a ofertei.
3. Elasticitatea cererii și ofertei	
UC.1.3 Utilizarea conceptelor economice pentru explicarea comportamentelor individuale și colective a consumatorilor /producătorilor. UC.2.4 Analiza elasticității cererii în funcție de preț și venit. UC.2.5 Determinarea elasticității ofertei de mărfuri.	3.1. Elasticitatea: concept, noțiune, aplicație. 3.2. Elasticitatea cererii, tipuri de cerere în funcție de coeficientul elasticității, factorii elasticității. 3.3. Esența și tipurile elasticității ofertei.
4. Teoria comportamentului consumatorului	
UC.1.3 Utilizarea conceptelor economice pentru explicarea comportamentelor individuale și colective a consumatorilor/producătorilor. UC.2.2 Stabilirea programului de consum ce maximizează utilitatea consumatorului în baza legii utilității marginale descrescânde.	4.1. Comportamentul consumatorului: ipoteze și factorii determinanți. 4.2. Abordarea ordinală și cardinală a utilității. Utilitatea totală și marginală. 4.3. Constrângerea bugetară a consumatorului. 4.4. Echilibrul consumatorului.

5. Teoria comportamentului producătorului	
UC.1.1 Analiza critică a conceptelor și valorilor care stau la baza sistemului economiei de piață. UC.1.3 Utilizarea conceptelor economice pentru explicarea comportamentelor individuale și colective a consumatorilor/producătorilor. UC.2.1 Estimarea cheltuielilor de producție pentru determinarea prețului bunurilor și serviciilor produse. UC.3.1 Aprecierea activității antreprenoriale în Republica Moldova ca perspectivă de angajare în câmpul muncii. UC.3.2 Determinarea principalilor factori de producție combinate rațional în activitatea economică, și impactul utilizării lor în activitatea economică asupra mediului înconjurător.	5.1. Producția și factorii de producție. 5.2. Combinarea factorilor de producție. Produsul total, mediu și marginal al factorilor de producție. 5.3. Costurile de producție – element al comportamentului producătorului 5.4 Profitul – motor al dezvoltării afacerii
6. Comportamentul firmelor pe piața cu concurență perfectă și imperfectă	
UC.1.4 Identificarea problemelor economice fundamentale cu care se confruntă societatea umană. UC.1.5 Identificarea esenței și rolului concurenței în economia de piață. UC.1.6 Explicarea rolului statului în economia de piață pentru dezvoltarea profesională.	1. Concurența: esență, funcții, criterii. 2. Comportamentul firmei pe piața cu concurență perfectă. 3. Caracteristica generală și tipologia Monopolului. 4. Concurența monopolistică. 5. Oligopolul: caracteristica pieței oligopoliste.

VI. Repartizarea orientativă a orelor pe unitățile de învățare

Lista unităților de învățare și repartizarea orientativă a orelor va fi redată în formă de tabel.

Nr. crt.	Unitățile de învățare	Numărul de ore			
		Total	Contact direct		Studiul individual
			Teorie	Practică	
1.	Obiectul de studiu, metodologia și rolul microeconomiei	8	2	2	4
2.	Cererea și oferta pe piața bunurilor de consum. Echilibru și dezechilibru pieței.	8	2	2	4
3.	Elasticitatea cererii și ofertei	12	4	2	6
4.	Teoria comportamentului consumatorului	8	2	2	4
5.	Teoria comportamentului producătorului	12	4	2	6
6.	Comportamentul firmelor pe piața cu concurență perfectă și imperfectă	12	4	2	6
	Total	60	18	12	30

VII. Studiul individual ghidat de profesor

Studiul individual ghidat de profesor ca activitate independentă, liberă și personală de învățare, reprezintă forma fundamentală de perfecționare a personalității și profesionalității în cadrul procesului educațional. Cu alte cuvinte, studiul independent reprezintă o formă de activitate, îndeplinită de elev fără a avea contact cu profesorul sau îndrumat de el prin intermediul materialelor instructive; o parte integrantă a procesului instructiv, ce reflectă activitatea individuală a educatului în conformitate cu indicațiile profesorului sau manualului și programei de instruire.

Ca parte componentă a procesului educațional, studiul individual ghidat de profesor la unitatea de curs F.03.O.010 Microconomie are drept scop nu doar consolidarea și aprofundarea, dobândirea de noi cunoștințe, pregătirea către lecții, seminare, examene, dar și pentru formarea deprinderilor de lucru individual în general (instruire, știință, activitatea profesională, capacitatea de-a lua asupra sa anumite responsabilități și a rezolva de sine stătător probleme, a găsi rezolvări constructive, a lua decizii în situații concrete).

Materii pentru studiul individual	Produse de elaborat	Modalități de evaluare	Termeni de realizare
1. Obiectul de studiu, metodologia și rolul microeconomiei			
1. Metodele de cercetare utilizate în microconomie	Studiu de caz	Prezentarea studiului	Săptămâna 1 - 2
2. Cererea și oferta pe piața bunurilor de consum. Echilibru și dezechilibru pieței.			
1. Cercetarea legii cererii	Rezolvare de probleme	Problema	Săptămâna

și ofertei, a prezentărilor grafice, tabelare și analitice. 2. Studiarea apariției echilibrului pieței.		rezolvată	3 - 4
3 Elasticitatea cererii și ofertei			
1.Elasticitatea cererii și a ofertei în raport cu diferiți parametri.	Studiu de caz Rezolvare de probleme	Prezentarea studiului Problema rezolvată	Săptămâna 5 - 6
4 Teoria comportamentului consumatorului			
1.Cercetarea sarcinilor și funcțiilor Agenției pentru protecția consumatorului din RM.	Rezolvare de probleme Eseu structurat	Problema rezolvată Prezentarea eseului	Săptămâna 6 - 7
5 Teoria comportamentului producătorului			
1.Cercetarea produselor fabricate în R. Moldova 2.Selectarea Top branduri autohtone. 3. Analiza costului de producție și structura acestuia. 4.Estimarea și calcularea veniturilor și profiturilor la întreprindere.	Studiu de caz "Proiectul Branduri din inimă" Rezolvare de probleme	Prezentarea studiului Problema rezolvată	Săptămâna 8 - 10
6 Comportamentul firmelor pe piața cu concurență perfectă și imperfectă			
1.Analiza politicii concurențiale în RM	Studiu de caz "Analiza comparativă a structurilor concurențiale"	Prezentarea informației	Săptămâna 11 - 12

VIII. Lucrările practice recomandate

În cadrul orelor practice, precum și studiile individuale ale elevilor ghidate de profesor, vor fi realizate diverse activități, alcătuite din glosarul economic al elevului, probleme, studii de caz, exerciții, prezentări grafice, date statistice, cercetări de expert și proiecte.

Nr. ctr.	Unități de învățare	Lista lucrărilor practice	Numărul de ore practice
1.	Obiectul de studiu, metodologia și rolul microeconomiei	Calcularea costului de oportunitate.	2

2.	Cererea și oferta pe piața bunurilor de consum. Echilibru și dezechilibru pieței.	Calcularea cantității cerute (Q_D) și a cantității oferite (Q_S) pe piața bunurilor de consum, și a prețului de echilibru (P_E).	2
3.	Elasticitatea cererii și ofertei	Calcularea elasticității cererii (E_D) și ofertei (E_S).	2
4.	Teoria comportamentului consumatorului	Calcularea utilității totale (TU) și marginale (MU).	2
5.	Teoria comportamentului producătorului Costurile de producție Profitul și pragul de rentabilitate al întreprinderii	Determinarea produsului total (TP_L), produsului mediu (AP_L), produsului marginal (MP_L).	2
		Estimarea costurilor de producție (TC , AC , MC) și determinarea căilor de reducere a acestora.	
		Estimarea profitului (Π , $\Delta\Pi$, $M\Pi$) și calcularea pragului de rentabilitate al firmei.	
6.	Comportamentul firmelor pe piața cu concurență perfectă și imperfectă	Evaluarea concurenței perfecte, a monopolului, oligopolului, concurenței monopolistice și oligopolistice.	2
TOTAL			12

IX. Sugestii metodologice

Specificul metodelor de predare/învățare/evaluare, caracteristice unității de curs *F.03.O.010 Microeconomie*, constă în promovarea interacțiunii dintre mințile elevilor, dintre personalitățile lor, ducând la o învățare mai activă și cu rezultate evidente la fiecare oră de curs.

Astfel, metodele de predare/învățare/evaluare reprezintă „instrumentele” ce valorifică activitatea profesorului și asigură eficiența procesului de învățământ, prin angajarea ulterioară a elevilor în câmpul muncii. Acest tip de interactivitate determină identificarea elevului de calificare „agent de vânzări” cu situația de învățare în care acesta este antrenat în timpul orelor, ceea ce duce la devenirea acestora în stăpânii propriilor transformări și formări profesionale din domeniul prestării serviciilor de vânzare.

Activizarea unității de curs *F.03.O.010 Microeconomie* presupune folosirea unor metode, tehnici și procedee care îl implică pe elev în procesul de învățare, urmărindu-se dezvoltarea gândirii, stimularea creativității, dezvoltarea interesului pentru învățare în sensul formării lui ca participant activ la procesul de educare. Ca ansamblu de acțiuni și operații de predare-învățare în mod deliberat, strategiile didactice sunt structurate și programate, fiind orientate în direcția atingerii, în condiții de maximă eficacitate a obiectivelor prestabilite în standardul profesional de calificare a programului de formare profesională tehnică 41410 Marketing.

Profesorul utilizând aceste strategii de predare/învățare/evaluare va determina pe elevi să devină răspunzători și participanți activi în procesul construirii sensurilor informaționale, prin

rezolvări de probleme, prin explorări și cercetări. Procesul de predare/învățare/evaluare de calitate va presupune nu numai transmiterea elevilor unui volum mare de cunoștințe, ci și dezvoltarea competențelor de operare și aplicare în situații cât mai variate.

De astfel, în desfășurarea procesului educațional profesorul va juca un rol esențial. Acesta trebuie să-și pună în joc toate cunoștințele sale și întreaga lui pricepere, nu pentru a transmite pur și simplu cunoștințe care urmează a fi însușite mecanic, ci pentru a insufla elevilor săi dorința de a le dobândi, prin ei înșiși, printr-un studiu cât mai activ și mai intens. Rolul profesorului se va rezuma la organizarea procesului de predare/învățarea/evaluare, de a susține efortul elevilor și de a nu lua asupra lui, integral sau parțial timpul destinat procesului educațional.

X. Sugestii de evaluare a competențelor profesionale

Evaluarea procesului de învățământ reprezintă o acțiune psihosocială complexă, bazată pe operații de măsurare și apreciere a rezultatelor activității educative/didactice, care reflectă calitatea variabilelor de sistem angajate operațional la nivelul corelației dintre subiectul și obiectul educației dintre profesor și elev.

Aplicată în cadrul unității de curs *F.03.O.010 Microeconomie*, evaluarea constituie procesul de apreciere a calității sistemului educațional, a eficienței învățământului prin prisma raportului dintre obiectivele proiectate și rezultatele obținute de elevi în activitatea de predare/învățare.

Strategiile de evaluare stabilite în cadrul unității de curs *F.03.O.010 Microeconomie* în cadrul programului de formare profesională tehnică "Marketing" sunt concepute astfel încât să solicite elevilor ca potențiali „agenți de vânzări” eforturi intelectuale și practic-acționare și să îi ajute să se dezvolte și să se modeleze în plan cognitiv, psihomotor și afectiv-motivațional.

Nr. d/o	Produsele pentru măsurarea competențelor	Criteriile de evaluare a produselor
1.	Problema rezolvată	• Înțelegerea problemei • Documentarea în vederea identificării informațiilor necesare în rezolvarea problemei • Formularea și testarea ipotezelor • Prezentarea și interpretarea rezultatelor
2.	Argumentarea orală	• Corespunderea formulărilor temei • Selectarea și structurarea logică a argumentelor în corespundere • Apelarea la propria experiență în argumentarea tezelor puse în discuție • Utilizarea unui limbaj adecvat și bogat, respectarea normelor literare
3.	Rezumatul oral	• Expune tematica lucrării în cauză • Utilizează formulări proprii, fără a distorsiona mesajul lucrării supuse rezumării • Expunerea orală este concisă și structurată logic • Folosește un limbaj bogat, adecvat tematicii lucrării în cauză
4.	Studiul de caz	• Corectitudinea interpretării studiului de caz propus • Corespunderea soluțiilor, ipotezelor propuse pentru rezolvarea adecvată a cazului analizat

Nr. d/o	Produsele pentru măsurarea competențelor	Criteriile de evaluare a produselor
		- Rezolvarea corectă a problemei, asociate studiului analizat de caz - Aprecierea critică, judecată personală a elevului - Corectitudinea interpretării studiului de caz propus
5.	Investigația	- Definirea și înțelegerea problemei investigate - Folosirea diverselor procedee pentru obținerea datelor necesare - Colectarea și organizarea datelor obținute - Realizarea de desene, grafice, diagrame, tabele - Rezumarea celor constatate într-o concluzie exprimată succint și raportată la ipoteza inițială - Modul de prezentare

XI. Resursele necesare pentru desfășurarea procesului de studii

Instituția de învățământ are un rol extrem de important în sprijinul nevoilor de învățare ale elevilor, astfel încât contribuie la dezvoltarea unei relații armonioase dintre elevi și aceasta. Astfel, se administrează resurse locale pentru activitatea didactică, se realizează promovarea programelor de studiu, se furnizează o bibliotecă locală și una științifică în sprijinul elevilor, se comunică în permanență cu elevii, cât și se asigură accesul la programe educaționale și de specialitate, diverse proiecte din țară și în străinătate. Prin urmare, pentru orele teoretice, cât și pentru cele practice, sunt necesare sala de studii, tablă, cretă, proiector multimedia, ecran, calculator, conexiune la internet, laptop.

XII. Resursele didactice recomandate elevilor

Nr. crt.	Denumirea resursei	Locul în care poate fi consultată/accesată/procurată resursa	Numărul de exemplare disponibile
1.	Teorie economică : Manual pentru instituțiile de învățământ superior de profil economic / Vol. 1 : Microeconomie / Eugenia Feuraș, Elena Cara , Marina Coban [et al.]; Acad. De Studii Econ. A Moldovei, Catedra „Teorie și Politici Economice”; coord.: Aurelia Tomșa. – Ed. a2-a. [Carte tipărită]. – Chișinău: S. n., 2018. – 296 p. – Bibliogr. La sfârșitul art. – ISBN 978-9975-53-729-2.	Biblioteca științifică ASEM Biblioteca CNC al ASEM	1 manual – 1 elev
2.	Bucos Tatiana. Teorie economică : suport didactic [Text] / Vol. 1 : Microeconomie / Tatiana Bucos, Oxana Barbăneagră ; Academia de Studii Economice din Moldova, Catedra " Teorie și Politici Economice" [Carte tipărită]. - Chișinău : [s. n.], 2013. - 236 p.. - Bibliogr. : p. 236. - ISBN 978-9975-4361-4-4.	Biblioteca științifică ASEM Biblioteca CNC al ASEM	pe fiecare bancă
3.	Teorie economică: Curs de prelegeri [Text] / Universitatea Tehnica a Moldovei, Andrei,	Biblioteca științifică ASEM	pe fiecare bancă

	Cojuhari, Valentina Childescu. [Carte tipărită]. - Chișinău: 2012. - 416 p. - ISBN978-9975-45-184-0	Biblioteca UTM	
4.	Capsîzu Valeriu. Teorie economică. Microeconomie: concepte și aplicații / Valeriu Capsîzu, Maria Hămuraru, Victoria Țăruș, [Carte tipărită]. - Chișinău : CEP USM, 2010. – 230 p.. Bibliogr: p.230. - ISBN978-9975-70-148-8	Biblioteca științifică ASEM Biblioteca CNC al ASEM	Biblioteca Sala de lectură
5.	Sorocean Olga. Introducere în teoria economică: (curs univ.) /Olga Sorocean, Nelly Filip; Acad. de Stud. Econ. a Moldovei.– Ch. : ASEM, 2005. – 175p.- ISBN 9975-75-325-6	Biblioteca științifică ASEM Biblioteca CNC al ASEM	Biblioteca Sala de lectură
6.	Moldovanu Dumitru curs de teorie economică / Dumitru Moldovan, cop. Mihai Bacinschi.- Ed.a.2-a. – Chișinău, 2008.- 432p.- ISBN 978-9975-61-208-1	Biblioteca științifică ASEM Biblioteca CNC al ASEM	Biblioteca Sala de lectură
7.	Trofimov Victoria. Teorie economică. Microeconomie / Victoria Trofimov et al. ; MOLDCOOP ; Univ. Cooperatist-Comercială din Moldova [Carte tipărită]. - Chișinău : UCCM, 2013. - 187 p.. - Bibliogr.: p.182-187. - ISBN 978-9975-114-36-3.	Biblioteca științifică ASEM Biblioteca CNC al ASEM	Biblioteca Sala de lectură
8.	Biroul Național de Statistică a R. Moldova	http://www.statistica.md	Surse internet