

 ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN MOLDOVA	PRACTICA DE ÎNȚIERE ÎN SPECIALITATE Anul universitar: 2025-2026	REDACȚIA 01
		PAGINA 1 din 23

APROBAT la ședința <i>Departamentului</i> MARKETING SI LOGISTICA proces-verbal nr. 1 din 01.09.2025	APROBAT la ședința <i>Comisiei Metodice și de</i> <i>Calitate</i> a facultății Business și Administrarea Afacerilor proces-verbal nr. 1 din 02.09.2025	APROBAT la ședința <i>Consiliului</i> <i>facultății</i> Business și Administrarea Afacerilor proces-verbal nr. 1 din 02.09.2025
Șef departament,  _____ Oxana SAVCIUC, conf. univ., dr.	Președinte CMC  _____ Ion NEGRU, conf. univ., dr.	Președinte al CF  _____ Ion NEGRU, conf. univ., dr.

CURRICULUM UNIVERSITAR
la unitatea de curs/modulul

PRACTICA DE ÎNȚIERE ÎN SPECIALITATE

<i>Domeniul general de studiu:</i>	041. Științe economice
<i>Domeniul de formare profesională:</i>	0414. Marketing și publicitate
<i>Programul de studii:</i>	0414.1 Marketing și logistică
<i>Ciclul:</i>	I, studii superioare de licență
	Nivelul de calificare ISCED – 6 și 6 - CNC
<i>Forma de organizare:</i>	învățământ cu frecvență /învățământ cu frecvență redusă / învățământ dual / învățământ la distanță

Chișinău, 2025

I. PRELIMINARII

Curriculumul universitar pentru **Practica de inițiere în specialitate** reprezintă un document normativ fundamental și o componentă integrală a Planului de învățământ al programului de studii **Marketing și Logistică** (ciclul I – Licență). Acesta stabilește cadrul conceptual, finalitățile, principiile, structura și procedurile care reglementează organizarea, desfășurarea și evaluarea stagiului, constituind baza formării profesionale inițiale a studenților.

Prin natura și finalitatea sa, **Curriculumul pentru Practica de inițiere** exercită o **dublă funcție definitorie** în arhitectura formării universitare:

Funcția reglatorie, prin care documentul asigură alinierea stagiului la standardele instituționale și naționale privind formarea profesională, garantând respectarea normelor, procedurilor și cerințelor de calitate specifice învățământului superior;

Funcția orientativă, prin care curriculumul furnizează studenților repere conceptuale și metodologice necesare pentru primul lor contact formal cu mediul academic, instituțional și profesional caracteristic domeniului „Marketing și Logistică”, facilitând înțelegerea cadrului în care se desfășoară activitatea universitară.

Practica de inițiere se derulează într-un moment important în parcursul educațional — **anul I de studii**, etapă în care studentul parcurge procesul de acomodare cu exigențele învățământului superior și începe explorarea sistematică a domeniului ales.

În acest context, **scopul major al stagiului** îl constituie familiarizarea timpurie, graduală și structurată cu mediul academic și instituțional al ASEM, cu identitatea și specificul specialității „Marketing și Logistică”, precum și cu modalitățile în care conceptele fundamentale ale domeniului se reflectă în realitatea organizațională.

Prin activitățile prevăzute — orientare, observare, analiză, instruirii tematice, vizite, interacțiuni cu specialiști, activități demonstrative și reflecție personală — studentul dobândește o imagine realistă asupra funcționării unei instituții universitare și asupra responsabilităților specifice domeniului Marketing și Logistică. Stagiul urmărește dezvoltarea treptată a competențelor transversale necesare formării academice și profesionale: comunicare, analiză, autonomie, responsabilitate, integritate și adaptare.

Documentul curricular structurează procesele de predare-învățare-evaluare, asigurând coerența activităților educaționale și corelarea acestora cu cerințele pieței muncii, ale angajatorilor, ale mediului economic și ale comunității academice. Curriculumul este racordat la principalele documente strategice și normative:

- **Planul-cadru pentru studii superioare de licență, master și programe integrate (2020)** – cadrul general al ciclurilor universitare;
- **Cadrul Național al Calificărilor (HG nr. 1016/2017)** – nivele de calificare, descriptorii competențelor și rezultatele învățării;
- **Nomenclatorul domeniilor și specialităților din învățământul superior (HG nr. 482/2017)** – delimitarea domeniului 0414 Marketing și Logistică;
- **Metodologia de evaluare externă a calității** pentru autorizare, acreditare și monitorizare academică;
- **Cadrul de referință al curriculumului universitar (2015)** – repere pentru proiectarea curriculară;
- **Recomandările UE privind competențele cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții** – orientare pentru competențele transversale;
- **Standardele ESG (Erevan, 2015)** – standarde europene pentru asigurarea calității în învățământul superior;
- **Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova. Standard de calificare – Ciclul I, Domeniul 0414 Marketing și Logistică, MEC, 2024.**

Aceste documente asigură alinierea stagiului la bunele practici naționale și europene, garantând relevanța conținuturilor, coerența competențelor, transparența evaluării și orientarea educațională modernă.

În procesul de proiectare și actualizare a Curriculumului pentru Practica de inițiere s-a ținut cont de:

- abordările contemporane de dezvoltare curriculară, orientate spre centrarea pe student, flexibilitate și învățare activă;
- necesitatea adaptării stagiului la particularitățile studenților din anul I și la cerințele mediului profesional;
- valențele formative ale stagiului în dezvoltarea competențelor profesionale și transversale;
- continuitatea dintre ciclurile de învățământ și coerența cu disciplinele fundamentale și cu stagiile de practică ulterioare;
- corelarea abordărilor intra-, inter- și transdisciplinare pentru o înțelegere integrată a domeniului Marketing și Logistică.

Curriculumul constituie un **document reglator**, utilizat de:

- **studenți**, ca participanți direcți la procesul formativ;

- **cadrele didactice și conducătorii de practică**, pentru planificarea și monitorizarea activităților;
- **elaboratorii de materiale didactice și ghiduri metodologice**;
- **structurile administrative și specialiștii instituției**;
- **responsabilii pentru managementul calității** în ASEM.

Prin caracterul său normativ și orientativ, curriculumul creează premisele pentru ca **Practica de inițiere** să fie o experiență formativă coerentă, relevantă și adaptată nevoilor actuale ale învățământului economic, consolidând primele etape ale formării identității profesionale a studentului din domeniul Marketing și Logistică.

II. CADRUL CONCEPTUAL AL PRACTICII DE ÎNȚIERE

Practica de inițiere are statutul de **componentă curriculară obligatorie** în cadrul programului de studii Marketing și Logistică.

Prezentul Curriculum reprezintă un **sistem coerent de competențe, conținuturi, activități formative, produse educaționale și finalități**, care asigură funcționalitatea și dezvoltarea stagiului. În acest sens, curriculumul pentru Practica de inițiere constituie **instrumentul didactic și actul normativ principal** care orientează dezvoltarea competențelor necesare studenților pentru continuarea studiilor universitare și pentru integrarea socio-profesională ulterioară.

Curriculumul universitar pentru Practica de inițiere presupune **sincronizarea mai multor abordări educaționale moderne**, respectiv:

- **abordarea psihocentrică**, în care studentul este plasat în centrul procesului educațional, ținându-se cont de nevoile sale, ritmul propriu de acomodare și dezvoltare, stilul individual de învățare și nivelul inițial de pregătire;
- **abordarea sociocentrică**, focalizată pe asumarea valorilor democratice, ale drepturilor omului, respectului reciproc, responsabilității sociale și diversității culturale specifice mediului universitar;
- **abordarea individualizată**, care derivă din principiile educației incluzive și urmărește valorificarea diferențelor dintre studenți, sprijinirea evoluției individuale și dezvoltarea potențialului fiecăruia.

Curriculumul poate fi **adaptat sau personalizat** în funcție de necesitățile studenților cu cerințe educaționale speciale (CES), în conformitate cu principiile educației incluzive promovate de ASEM.

Elaborarea curriculumului se bazează pe următoarele principii:

1. **Principiul însușirii temeinice** se referă la formarea deprinderilor de învățare logică, reflexivă și ritmică, la dezvoltarea autocontrolului și a unei culturi academice corecte încă din etapa de inițiere.
2. **Principiul abordării sistemice și al dezvoltării graduale a competențelor** asigură respectarea particularităților de vârstă și de experiență universitară ale studenților din anul I, corelarea treptată a activităților de practică cu disciplinele fundamentale și garantarea continuității conceptuale pe întreg parcursul programului.
3. **Principiul integrării** stimulează caracterul inter-, pluri- și transdisciplinar al stagiului, prin conectarea activităților de inițiere cu disciplinele obligatorii, cu dezvoltarea personală și profesională a studentului și cu procesele reale observabile în cadrul ASEM.
4. **Principiul axiologic** vizează formarea unor comportamente, atitudini și valori adecvate mediului academic, profesional și economiei de piață: integritate, responsabilitate, etică, inițiativă, spirit analitic și cooperare.
5. **Principiul respectării autonomiei și libertății individuale** încurajează exprimarea opiniilor, asumarea responsabilităților, participarea activă și luarea deciziilor justificate în cadrul activităților practice, în concordanță cu normele și cultura instituțională ASEM.
6. **Principiul flexibilității** permite adaptarea traseului educațional la particularitățile studenților, oferind posibilitatea individualizării și a acomodării progresive cu mediul universitar și cu ritmul propriu de învățare.
7. **Principiul racordării la social și la cerințele pieței muncii** asigură anticiparea și sprijinirea integrării socio-profesionale, prin contactul timpurii cu structuri, procese și profesioniști din domeniile marketingului și logisticii.
8. **Principiul compatibilizării cu standardele europene în învățământ** vizează alinierea la reperele Spațiului European al Învățământului Superior (ESG), la competențele-cheie europene și la bunele practici educaționale ale universităților internaționale.
9. **Principiul continuității** asigură conectarea logică dintre practica de inițiere și practicile ulterioare (producție, licență), precum și legătura cu disciplinele fundamentale și de specialitate.
10. **Principiul deschiderii** promovează interacțiunea cu mediul academic, instituțional și profesional, invitarea specialiștilor, utilizarea platformelor digitale, dialogul și colaborarea.
11. **Principiul coerenței** garantează unitatea internă a activităților, alinierea obiectivelor, conținuturilor, metodelor și evaluării în cadrul întregului proces formativ.

Curriculumul promovează o abordare:

- (a) **sistemică**, în care toate elementele – competențe, conținuturi, activități, evaluare – sunt în interdependență;
- (b) **centrată pe competențe**, orientată spre formarea rezultatelor de învățare specifice stagiului de inițiere;
- (c) **pragmatică**, punând accent pe aplicabilitatea reală a observațiilor, pe contactul direct cu procesele instituționale și pe utilitatea formativă a fiecărei activități.

Curriculumul pentru Practica de inițiere a fost elaborat prin raportarea la:

- experiența și modelele curriculare ale universităților europene de prestigiu;
- discuțiile și consultările cu reprezentanți ai mediului economic, ai instituțiilor publice, ai asociațiilor profesionale și ai structurilor ASEM;
- necesitățile reale ale programului de formare, așteptările pieței muncii și cerințele procesului de asigurare a calității.

III. DATE DESPRE PROGRAM

Instituția de învățământ superior	ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN MOLDOVA
Facultatea coordonatoare de program	Business și Administrarea Afacerilor
Departamentul coordonator	Marketing și logistică
Domeniul general de studiu	041. Științe economice
Domeniul de formare profesională	0414. Marketing și publicitate
Program de licență	0414.1 Marketing și logistică
Ciclul	I, studii superioare de licență,
Nivelul calificării ISCED și CNC	6 ISCED și 6 CNC
Forma de organizare	învățământ cu frecvență / frecvență redusă /dual / la distanță

IV. DATE DESPRE UNITATEA DE CURS / MODUL

Denumirea unității de curs		Practica de inițiere în specialitate
Codul unității de curs	IF	SP.02.O.15.12
	ÎF DUAL	SP.02.O.17.12
	IFR	SP.04.O.22.12
	ID	SP.04.O.22.12
Conducători ai stagiului de practică		Cadre didactice, angajate în cadrul Departamentului Marketig și Logistică

Forma de organizare	Anul de studii	Semestrul	Limba de predare	Forma de evaluare finală	Nr. Credite ECTS
IF	I	II	Română / rusă	examen	5
ÎF DUAL	I	II	Română	examen	5
IFR	II	IV	Română / rusă	examen	5
ID	II	IV	Română	examen	5

V. ADMINISTRAREA FONDULUI DE TIMP PENTRU UNITATEA DE CURS/MODUL

Forma de organizare	Total număr ore	Nr. ore contact direct	Studiu individual
ÎF	150	120	30
ÎF dual	150	Formare profesională la unitate	150 Include și 30% studiu individual
ÎFR	150	120	30
ID	150	120	30

VI. PRECONDIȚII

Obligatorii	abilități de utilizare a platformelor digitale instituționale (MOODLE – ASEM, Microsoft Teams, VLE ASEM, ZOOM) necesare pentru comunicare, accesarea materialelor de lucru și predarea portofoliului; noțiuni elementare privind redactarea documentelor academice (CV, scrisoare de intenție, bibliografie, structura unui raport simplificat).
Recomandate	- familiarizarea generală cu noțiuni introductive din domeniul economic (ex.: funcțiile unei organizații, rolul marketingului, noțiuni simple de analiză economică); - abilități de comunicare și lucru în echipă; - capacitatea de utilizare elementară a aplicațiilor MS Office (Word, PowerPoint), necesare elaborării portofoliului.

VII. CONDIȚII

Obligatorii	Pentru buna desfășurare a stagiului de Practică de inițiere, studenții trebuie să respecte și să îndeplinească următoarele condiții: parcurerea tuturor activităților obligatorii din calendarul practicii (orientare, instruire SSM, întâlniri cu structurile ASEM, sarcini tematice, sesiuni de feedback);
--------------------	--

	- completarea Jurnalului zilnic de practică (Anexa 4) pe toată durata stagiului; - elaborarea și depunerea Portofoliului de practică conform cerințelor instituționale (foaia de titlu, cuprins, CV, scrisoare de motivație/intenție, sarcina tematică, bibliografie, concluzii); - încărcarea portofoliului și a avizului conducătorului în Repozitoriul instituțional ASEM; - participarea la sesiunea de evaluare finală (susținerea portofoliului în fața cadrului coordonator / comisiei, conform programării).
Recomandate	Pentru o desfășurare optimă a stagiului, se recomandă: - utilizarea unei săli dotate cu videoproiector, tablă și conexiune la internet, pentru sesiunile de orientare și întâlnirile organizate în campus; - acces la un mediu online funcțional (MOODLE – ASEM, MS Teams, VLE), necesar pentru comunicare, încărcarea materialelor, instruire și validarea portofoliului; - sprijinirea activităților prin resurse bibliografice și digitale puse la dispoziție de Biblioteca Științifică ASEM.

VIII. COMPETENȚE SPECIFICE

COMPETENȚE TRANSVERSALE (CT)	CT 1. Dezvoltarea personală și profesională CT 2. Managementul timpului CT 3. Autonomie și responsabilitate CT 4. Colaborare și munca în echipă CT 5. Agilitate CT 6. Comunicare eficientă CT 7. Competențe digitale
COMPETENȚELE GENERALE (sectoriale/transsectoriale) (CG)	CG1. Utilizarea cunoștințelor fundamentale de teorie economică în domeniul de activitate CG2. Aplicarea principiilor, teoriilor, metodelor și instrumentelor necesare pentru analiza și desfășurarea activităților economice CG3. Colectarea, prelucrarea, analiza și interpretarea datelor, aplicarea indicatorilor, strategiilor și politicilor adecvate domeniului de activitate CG4. Utilizarea software și a sistemelor de calcul și operare a datelor specifice domeniului de activitate CG5. Organizarea activității conform cadrului juridic specific domeniului de activitate
COMPETENȚE PROFESIONALE (CP)	CP 1. Realizarea cercetărilor de marketing CP2. Conceperea și realizarea programelor și a proiecte de orientare spre piață

	CP3. Realizarea politicii de marketing a întreprinderii CP4. Valorificarea potențialului creativ în abordarea problemelor profesionale CP5. Realizarea activităților de achiziționare CP6. Realizarea activităților logistice CP7. Implementarea politicii de comunicare în marketing CP8. Elaborarea conținutului publicitar CP9. Monitorizarea indicatorilor de performanță în marketing și logistică CP10. Evaluarea performanțelor în marketing și logistică
--	--

IX. REZULTATELE ÎNVĂȚĂRII¹:

Rezultatele învățării (1-N): <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:</i>			Nr. ECTS acumulate
CG1	Utilizarea cunoștințelor fundamentale de teorie economica în domeniul de activitate.		1
CG2	Aplicarea principiilor, teoriilor, metodelor și instrumentelor necesare pentru analiza și desfășurarea activităților economice.		
Rezultatul învățării 1. Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate rezolva probleme întâlnite în diverse contexte profesionale, aplicând principiile, normele și valorile fundamentale ale științei economice			
Cunoștințe (K)		Aptitudini (S)	Responsabilitate – Autonomie (RA)
K1. Conceptele–cheie, principiile și teoriile de bază ale microeconomiei.		S1.Argumentează propriile viziuni și soluții în rezolvarea problemelor profesionale, în baza cunoștințelor fundamentale economice	Absolventul autonom execută funcțiile specifice domeniului de activitate la nivel de entitate economică, formulând propuneri constructive de utilizare rațională a resurselor și de îmbunătățire a rezultatele activității economice. Absolventul argumentează propriile viziuni și
K2. Conceptele–cheie, principiile și teoriile de bază ale macroeconomiei.		S2.Determină sarcinile la locul de muncă.	
K3. Metodele și tehnicile de analiză economică.		S3.Determină sursele relevante și obiective de informare în rezolvarea sarcinilor de serviciu.	
K4. Indicatori statistico-economici și financiari.		S4.Propune soluții adecvate în funcție de	
K5. Conceptele-cheie, principiile și funcțiile managementului.			

¹ https://mecc.gov.md/sites/default/files/6_cnc_marketing_si_logistica.pdf

	K6. Conceptele-cheie, principiile, funcțiile și politicile de marketing.	contextul de activitate al organizației. S5.Participă la elaborarea deciziilor manageriale ce țin de domeniul economic. S6.Propune măsuri preventive pentru a diminua riscurile profesionale. S7.Argumentează direcții de utilizare eficientă a resurselor economico-financiare și de creștere a performanțelor economice.	soluții în rezolvarea problemelor profesionale în baza cunoștințelor fundamentale economice.	
	Rezultatul învățării 2. Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate evalua factorii mediului intern și extern și impactul asupra funcționării organizației/ramurii/economiei naționale, aplicând măsuri preventive pentru a minimiza riscurile.			1
	Cunoștințe (K)	Aptitudini (S)	Responsabilitate – Autonomie (RA)	
	K1. Conceptele-cheie și principiile de bază ale teoriei economice. K2. Metodele și tehnicile de analiză economică. K3. Indicatori economici și financiari. K4. Conceptele-cheie, principiile și funcțiile managementului. K5. Conceptele-cheie, principiile, funcțiile și politicile de marketing. K6.Etapele de inițiere și dezvoltare a unei afaceri. K7. Regulile de evidență contabilă. K8.Conceptele și metodele-cheie de analiză statistico-matematică. K9.Diversitatea riscurilor cu care se poate confrunta organizația / întreprinderea.	S1. Evaluează factorii mediului intern și extern al organizației, inclusiv prin aplicarea metodelor statistico-matematice în format digital. S2. Determină tendințele evoluției economice la nivel național, de ramură, entitate economică. S3. Utilizează software-ul adecvat și metode de calcul pentru analiza datelor micro și macroeconomice. S4. Estimează impactul factorilor mediului asupra funcționării entității/ ramurii/ economiei naționale. S5. Prognozează evoluția factorilor mediului extern, aplicând metode	Absolventul: - manifestă autonomie în realizarea activităților profesionale conform responsabilităților definite; - promovează viziunea de marketing în deciziile adoptate la nivel strategic, dar și operațional în întreprindere; - poate evalua critic politicile de marketing promovate; - stabilește publicul important cu care se vor iniția relații de	

		cantitative și calitative de cercetare-prognozare, inclusiv în format digital. S6. Elaborează propuneri și participă la luarea deciziilor în baza informațiilor analizate. S7.Utilizează metodele economice și manageriale în luarea deciziilor. S8. Manifestă flexibilitate în gândire și este capabil să propună măsuri preventive pentru a minimiza riscurile profesionale. S9. Aplică principiile econometrice, inclusiv estimările, testarea ipotezelor, în scopul determinării problemelor economice la nivel de entitate, ramură, domeniu.	colaborare atât din organizație, cât și din afară (cu partenerii); - realizează autoinstruire continuă în domeniul de profesionalizare poartă răspundere față de consecințele soluțiilor propuse. Absolventul analizează activitățile de marketing și logistică în contextul planului general de dezvoltare, fiind capabil de a identifica cele mai bune soluții (minim trei), alternative decizionale, strategii, instrumente tactice, pornind de la scopurile stabilite și tendințele mediului de afaceri.	
CG4	Utilizarea software și a sistemelor de calcul și operare a datelor specifice domeniului de activitate			1
	CP1. Realizarea cercetărilor de marketing Rezultatul învățării 3. Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate analiza procesele micro și macro economice, identificând instrumentarul de cercetare, în funcție de obiective și obiectul de studiu, utilizând tehnici și instrumente digitale.			
	Cunoștințe (K)	Aptitudini (S)	Responsabilitate – Autonomie (RA)	
	K1.Principiile cercetării econo- disciplinare (trans-, inter-, cros- și multidisciplinară). K2. Conceptele-cheie, principiile, funcțiile și politicile de marketing.	S1. Transpune fenomene sau situații complexe în obiect de cercetare și identifică probleme de cercetare.	Absolventul: - manifestă autonomie în procesul de analiză; - realizează autoinstruire continuă în domeniul de profesionalizare și de	

	K3. Conceptele-cheie în aprovizionare și logistică, etapele lanțului logistic. K4. Opțiunile ontologice, epistemologice și metodologice necesare selectării paradigmei de cercetare. K5. Metodele de cercetare în marketing.	S2. Utilizează cu ușurință bazele de date academice și non-academice. S3. Identifică instrumentarul de cercetare (metodele) în funcție de obiective și obiectul de studiu. S4. Determină sursele relevante și obiective de informare. S5. Aplică metodele de cercetare în marketing de birou și de teren. S6. Utilizează sisteme informatice și soft-uri cu aplicație în domeniu.	aplicare a competențelor metodologice și de gestiune a datelor prin instrumente informatice; Absolventul identifică și elaborează tehnici/ instrumente de cercetare (minim două) în marketing corespunzător obiectivelor stabilite.	
CP 9	Monitorizarea indicatorilor de performanță în marketing și logistică			2
	Rezultatul învățării 19. Candidatul la atribuirea calificării poate determina și analiza indicatorii de performanță prin care poate fi evaluat marketingul și logistica.			
	Cunoștințe (K)	Aptitudini (S)	Responsabilitate – Autonomie (RA)	
	K1. Conceptele-cheie, principiile, funcțiile și politicile de marketing. K2. Conceptele-cheie în aprovizionare și logistică, etapele Lanțului logistic. K3. Metodele calitative și cantitative de cercetare în marketing. K4. Metodele de estimare a bugetului destinat marketingului. K5. Soft-uri cu aplicație în domeniu. K6. Legislația în domeniul marketingului și a logisticii.	S1. Determină și analizează indicatorii (măsurabili) de performanță prin care poate fi evaluat marketingul și logistica: - volumul de vânzări, - rata de creștere a pieței, - cota de piață, - nivelul de fidelitate al consumatorilor, - rentabilitatea activităților promoționale, - notorietatea brandului, - ROI, - rata de inovare a sortimentului de produse, - gradul de saturație al pieței, etc..	Absolventul: - este autonom și obiectiv în evaluările realizate; - este atent la detalii; - posedă gândire analitică pentru a depista probleme; - posedă gândire inovativă pentru a propune soluții noi de depășire a problemelor depistate; - este orientat către rezultate; - poartă răspundere față de consecințele soluțiilor propuse.	

		S2. Stabilește departamentele/ echipele implicate direct sau indirect la procesele de marketing, structura departamentului / echipei de marketing și nivelul de completare a pozițiilor funcționale din cadrul acesteia. S3. Determină tendințele principalilor indicatori de performanță (prin simulare).	Absolventul efectuează analize ale indicatorilor de performanță (numește și estimează minim doi), prin care poate fi evaluat marketingul și logistica.	
--	--	--	---	--

X. OBIECTIVELE PRACTICII DE ÎNȚIERE

Obiectivul general al practicii	Obiectivul major al Practicii de inițiere constă în familiarizarea treptată a studenților din anul I cu mediul academic, instituțional și profesional specific domeniului Marketing și Logistică. Stagiul urmărește dezvoltarea unei înțelegeri inițiale asupra structurii și funcționării ASEM, asupra rolurilor profesionale din domeniu și asupra modului în care conceptele fundamentale de marketing, logistică, comunicare și management se regăsesc în realitatea organizațională. Practica are un caracter preponderent observațional și formativ și este orientată spre dezvoltarea competențelor necesare integrării ulterioare în activitățile academice, profesionale și de practică avansată
Obiectivele specifice ale practicii	• demonstrarea abilităților cognitive de bază (observare, înțelegere, analiză simplificată și interpretare) în raport cu activități specifice domeniilor: Marketing, Logistică, Comunicare, Management, Servicii instituționale universitare; • demonstrarea capacității de analiză introductivă asupra fenomenelor și proceselor specifice mediului economic și educațional, precum și asupra modului în care acestea se reflectă în activitățile ASEM; • identificarea și descrierea elementelor esențiale ale funcționării unei instituții, ale unei organizații de tip economic sau educațional, precum și a rolurilor profesionale relevante pentru domeniul Marketing și Logistică; • manifestarea abilităților organizatorice și de gestionare a sarcinilor simple, precum completarea jurnalului de practică, structurarea informațiilor observate, realizarea bibliografiei și elaborarea portofoliului; • formarea unei perspective inițiale asupra activităților de marketing și logistică, prin observarea fluxurilor informaționale, a comunicării instituționale, a proceselor de promovare și a activităților suport;

- **dezvoltarea capacității de reflecție profesională** prin analizarea situațiilor observate, formularea unor concluzii și identificarea competențelor necesare pentru etapele viitoare ale formării;
- **exersarea abilităților de elaborare a documentelor instituționale** (CV, scrisoare de motivare/intenție, bibliografie, mini-analize tematice) și utilizarea corectă a platformelor digitale ASEM (MOODLE, Teams, VLE);
- **manifestarea comportamentelor etice și a valorilor de integritate academică**, prin respectarea regulilor instituționale, a normelor de conduită, a principiilor de responsabilitate socială și a bunelor practici în utilizarea resurselor informaționale;
- **formularea unor opinii, soluții sau sugestii simple**, rezultate din observațiile efectuate în cadrul stagiului, referitoare la aspecte organizaționale, educaționale sau de comunicare instituțională;
- **elaborarea unor judecăți introductive** privind dinamica activităților observate, contextul instituțional, relațiile de colaborare și aspectele etice întâlnite în procesele academice și administrative.

XI. STRATEGII DIDACTICE / ACTIVITĂȚI DE ÎNVĂȚARE

Curriculumul pentru **Practica de inițiere** abordează procesul de învățare din perspectiva **învățării centrate pe student**, fiind fundamentat pe paradigma **constructivistă** și pe principiile participării active, observării structurate și reflecției personale. Stagiul este conceput astfel încât să faciliteze integrarea treptată a studentului în mediul academic și profesional, prin activități variate, adaptate nivelului său de dezvoltare și experienței inițiale.

În cadrul practicii de inițiere vor fi utilizate următoarele **strategii didactice și activități de învățare**, adaptate naturii observaționale și formativ-reflexive a stagiului:

Nr.	STRATEGII DIDACTICE	ACTIVITĂȚI DE ÎNVĂȚARE
1.	Strategia învățării directe / explicite	Utilizată pentru sesiuni introductive, familiarizarea cu structurile ASEM, prezentarea regulamentelor, instruirea SSM, explicarea etapelor portofoliului și a modului de utilizare a platformelor digitale (MOODLE, Teams, VLE).
2.	Strategia învățării experiențiale / învățării prin acțiune	Se aplică în activitățile de tip <i>observare activă</i> , vizite în structurile instituționale, interacțiuni cu specialiști, participarea la activități demonstrative și simulări instituționale.

3.	Strategia gândirii critice	Folosită în analiza proceselor observate, în discuții ghidate cu conducătorii de practică, în completarea reflecției personale și în formularea concluziilor portofoliului.
4.	Strategia învățării bazate pe sarcini	Studentul realizează sarcini simple și adaptate nivelului său, precum: • completarea jurnalului de practică; • elaborarea CV-ului; • redactarea scrisorii de intenție; • analiza unui flux informațional sau a unei activități instituționale; • realizarea bibliografiei și a sarcinii tematice stabilite de departament.
5.	Strategia învățării prin rezolvarea de probleme (PBL – Problem Based Learning)	Aplicată la situații reale observate în cadrul ASEM sau prezentate de specialiștii invitați (ex.: gestionarea comunicării instituționale, analizarea modului de organizare a unei activități, identificarea elementelor de marketing educațional).
6.	Strategia învățării prin proiecte / mini-proiecte	Adaptată nivelului introductiv, constă în: • elaborarea portofoliului ca produs final integrator, • realizarea sarcinii tematice specifice departamentului, • pregătirea unui mini-produs (analiză comparativă, evaluarea prezenței online, observație documentată).
7.	Strategia învățării prin colaborare	Promovată prin activități de grup, discuții ghidate, feedback colectiv, sesiuni de orientare și schimb de experiențe între studenți.
8.	Strategia învățării bazate pe investigație / cercetare (IBL – Inquiry Based Learning)	Aplicabilă în: • documentarea bibliografiei, • analiza instituțiilor concurente, • studii simple de observare, • mini-investigații privind fluxurile de comunicare sau activitățile de marketing ale ASEM.

Direcția de implementare a strategiilor

În implementarea Curriculumului pentru Practica de inițiere se va urmări:

- **promovarea unei perspective acționale**, în care studentul observă, analizează și reflectează asupra proceselor instituționale;
- **stimularea abordării inter- și transdisciplinare**, prin corelarea observațiilor din practică cu noțiunile din disciplinelor fundamentale (Marketing, Economie, Comunicare, Management);
- **dezvoltarea competențelor inițiale**, necesare pentru parcursul academic ulterior și pentru viitoarele stagii de practică.

XII. UNITĂȚI DE CONȚINUT ȘI METODE DE PREDARE-ÎNVĂȚARE

Unitățile de conținut ale Practicii de inițiere sunt organizate astfel încât să faciliteze **familiarizarea graduală** a studenților cu structurile ASEM, cu mediul academic și profesional, precum și cu procesele caracteristice domeniului Marketing și Logistică. Conținuturile sunt corelate cu **activități de învățare specifice**, axate pe observație, analiză, reflecție și participare activă.

Curriculumul promovează o abordare orientată spre **experiență directă**, contact instituțional, documentare și dezvoltarea treptată a competențelor transversale.

Nr. d/o	Unități de conținut (Temă. Subiecte)	Număr de ore	Metode de predare - învățare
1.	Introducere în mediul academic și instituțional ASEM - Prezentarea structurii organizaționale a ASEM - Rolul decanatului, departamentelor, serviciilor suport - Reguli de funcționare, cultură organizațională, integritate academică - Prezentarea platformelor digitale instituționale (MOODLE, Teams, VLE)	20	- Explicare directă / instruire explicită - Prezentări interactive - Tur instituțional (vizite ghidate) - Observare ghidată - Discuții orientate și întrebări-răspuns
2.	Introducere în domeniul Marketing și Logistică - Rolul specializării în mediul economic - Exemple de procese reale de marketing și logistică din viața organizațiilor - Conexiuni între concepte (4P, comunicare, fluxuri logistice)	20	- Învățare experiențială (learning by doing – nivel introductiv) - Observare activă în cadrul structurilor ASEM - Studii de caz simple - Discuții ghidate cu specialiști - Mini-analize pe situații concrete
3.	Familiarizarea cu procesele administrative și educaționale - Proceduri instituționale: programarea activităților, comunicarea academică - Utilizarea platformelor și instrumentelor digitale - Fluxuri informaționale interne	10	- Demonstrații practice - Exerciții asistate (ex.: încărcarea unui document în Repozitoriu) - Observarea modului de lucru al structurilor implicate - Simulări simple (ex.: redactarea unui mesaj oficial)

4.	Activități demonstrative și aplicative - Exemple de activități de marketing educațional - Analiza unei postări instituționale - Observarea modului de comunicare externă/internă - Prezentări ale specialiștilor invitați	10	- Învățare prin investigație (IBL – Inquiry Based Learning) - Învățare prin colaborare - Exerciții practice în grupuri mici - Mini-proiecte observaționale
5.	Activități cu specialiști din domeniile Marketing și Logistică - Sesiuni de introducere în profesie - Discuții despre rolurile profesionale - Prezentarea traseelor de carieră - Soluții practice la provocări reale	10	- Învățare experiențială - Învățare bazată pe probleme (PBL), la nivel introductiv - Sesiuni de întrebări-răspuns - Debriefing reflexiv
6.	Elaborarea documentelor instituționale obligatorii - CV-ul profesional - Scrisoare de motivație/intenție - Bibliografia - Sarcina tematică specifică - Jurnalul de practică - Portofoliul final	20	- Ghidare pas cu pas - Lucru individual asistat - Ateliere practice - Feedback formativ - Autoevaluare și reflecție
7.	Activități de reflecție și autoevaluare - Identificarea competențelor dobândite - Concluzii asupra experienței din practică - Interes profesional și motivație	10	- Reflecție ghidată - Discuții tematice - Formulare de concluzii - Analize comparative (teorie vs. practică) - Învățare colaborativă
8.	Prezentarea Portofoliului de practică - Prezentarea structurii portofoliului - Explicarea activităților realizate - Evidențierea competențelor dobândite - Răspunsuri la întrebări - Feedback final	20	- Prezentare orală (5–7 minute) - Învățare prin proiect - Dialog evaluativ - Feedback individual - Autoevaluare
Total		120	

XIV. CONȚINUTUL ACTIVITĂȚII INDIVIDUALE

Activitatea individuală din cadrul Practicii de inițiere reprezintă o componentă esențială a procesului formativ, având rolul de a consolida observațiile realizate în timpul stagiului, de a dezvolta capacitatea de analiză, reflecție și autoorganizare și de a contribui la elaborarea portofoliului final. Activitățile individuale sunt orientate spre formarea unor competențe introductive, transversale și profesionale, specifice domeniului Marketing și Logistică.

Activitatea individuală presupune:

Nr. d/o	Unități de conținut	Nr. ore	Produsul preconizat
1.	Documentarea și înțelegerea cadrului instituțional	3	- analizarea materialelor informative ASEM: structuri, servicii, regulamente, platforme utilizate; - studierea prezentărilor, ghidurilor și recomandărilor puse la dispoziție de coordonatorul de practică; - familiarizarea cu instrumentele digitale instituționale (MOODLE, Teams, VLE, Repozitoriu ASEM).
2.	Observarea și notarea informațiilor relevante în Jurnalul de practică	3	- consemnarea zilnică a activităților desfășurate și a observațiilor esențiale; - identificarea elementelor de marketing, logistică, comunicare instituțională și organizare administrativă observate în cadrul structurilor vizitate; - formularea unor scurte reflecții zilnice privind aspectele învățate.
3.	Elaborarea documentelor personale obligatorii	5	- redactarea CV-ului profesional (format Europass sau format simplificat recomandat de Serviciul Marketing și Carieră); - redactarea scrisorii de motivare / intenție (pentru mobilitate / stagiul / job, conform cerințelor de practică); - verificarea elementelor de formă (acuratețe, claritate, structură).
4.	Realizarea sarcinii tematice stabilite de Departamentul Marketing și Logistică	5	- documentare bibliografică (surse științifice, pagini oficiale, materiale recomandate de Bibliotecă) - analiza temei (ex.: analiza pieței educaționale, analiza prezenței online, observație de marketing, analiza unui flux logistic intern etc.); - redactarea unei sinteze clare, structurată în conformitate cu cerințele stagiului.
5.	Elaborarea bibliografiei conform standardelor academice	3	- selectarea surselor relevante; - citarea corectă și organizarea bibliografiei (minim 5 – 10 surse); - respectarea normelor de referință prevăzute în Ghidul Bibliotecii Științifice ASEM
6.	Analiza și reflecția personală asupra experienței de practică	3	- identificarea competențelor dobândite sau consolidate pe parcursul stagiului; - ormularea de concluzii personale asupra experienței; - identificarea aspectelor care necesită dezvoltare ulterioară;

			raportarea observațiilor la noțiunile teoretice studiate
7.	Elaborarea Portofoliului de practică	5	Portofoliul reprezintă produsul final al activității individuale și trebuie să includă: 1. foaia de titlu (Anexa 1); 2. cuprinsul (Anexa 2); 3. introducerea (scopul, obiectivele, instituția, perioada); 4. CV-ul; 5. scrisoarea de motivare/intenție; 6. sarcina tematică; 7. bibliografia; 8. concluziile finale; 9. anexele relevante (capturi, ilustrații, tabele). - Portofoliul trebuie redactat în format academic și încărcat în Repozitorul instituțional ASEM, conform procedurilor stabilite.
8.	Pregătirea pentru susținerea finală a portofoliului	3	- selectarea elementelor-cheie pentru prezentarea orală (5–7 minute); - formularea clară a ideilor și structurarea unei prezentări concise; - autoevaluarea și reflecția asupra întregului parcurs.
TOTAL		30	

XV. EVALUAREA

Evaluarea în cadrul Practicii de inițiere urmărește aprecierea nivelului de implicare al studentului, a capacității sale de analiză, reflecție și integrare în mediul academic, precum și calitatea produselor educaționale realizate. Procesul de evaluare este centrat pe **portofoliul de practică** și pe competențele formative dezvoltate pe parcursul stagiului.

Evaluarea este **complexă, continuă și finală**, având la bază următoarele componente:

- **evaluarea activităților desfășurate** în perioada stagiului;
- **evaluarea produselor realizate** (jurnal, sarcina tematică, bibliografie, concluzii);
- **evaluarea portofoliului final**;
- **susținerea orală (prezentarea finală)** în fața conducătorului de practică / comisiei;
- **evaluarea calității documentării și respectării cerințelor academice.**

Nr.	Tipurile de evaluare utilizate	
1.	Evaluarea inițială	Are rolul de a identifica nivelul de pregătire al studentului la începutul stagiului și gradul său de familiarizare cu:

		• mediul academic, • platformele digitale, • competențele transversale de bază. Se realizează prin testul de autoevaluare aplicat de departament.
2.	Evaluarea formativă (pe parcurs)	Se desfășoară pe durata stagiului și include: • monitorizarea participării la activități; • analiza modului de completare a jurnalului de practică; • implicarea în discuții, observații și activități ghidate; • feedback intermediar oferit de conducătorul de practică. • susținerea progresului individual și corectarea eventualelor dificultăți.
3.	Evaluarea sumativă (finală)	Este reprezentată de: • calitatea Portofoliului de practică; • susținerea finală (prezentarea portofoliului); • evaluarea generală a implicării pe durata stagiului. Această etapă constituie baza pentru nota finală.
4.	Instrumente de evaluare	Portofoliul stagiului de practică (document integral) • Jurnalul zilnic de practică • Sarcina tematică elaborată • Bibliografia conform standardelor academice • Prezentarea finală (5–7 minute) • Feedbackul conducătorului de practică
5.	Cerințe privind Portofoliul de practică	Portofoliul trebuie să respecte cerințele tehnice: • format A4, font Times New Roman, spațiere 1; • margini: stânga 3 cm; dreapta 1,5 cm; sus 2,5 cm; jos 2,5 cm; • numerotarea paginilor în colțul din dreapta jos; • 10–12 pagini de conținut, fără a include CV-ul, scrisoarea și bibliografia. Structura portofoliului: 1. Foaia de titlu 2. Cuprins 3. Introducerea 4. CV 5. Scrisoare de motivare/intenție 6. Sarcina tematică 7. Bibliografia 8. Concluziile
6.	Procedura de finalizare și validare	1. Studentul finalizează portofoliul. 2. Conducătorul stagiului verifică și emite Avizul (Anexa 3). 3. Studentul îmbină Portofoliul + Avizul într-un singur fișier PDF. 4. Documentul este încărcat în Repozitoriul instituțional ASEM. 5. Studentul completează chestionarul de satisfacție al stagiului. 6. Sistemul generează raportul de confirmare, transmis ulterior conducătorului. 7. Nota finală este înscrisă în borderoul oficial.
7.	Rolul evaluării	Evaluarea are rolul de a:

- verifica atingerea obiectivelor stabilite;
- încuraja reflecția și învățarea autonomă;
- identifica direcțiile de dezvoltare pentru anii următori;
- oferi feedback formativ studentului;
- documenta progresul academic și profesional al acestuia.

Criteriile de evaluare

Evaluarea practică se realizează conform următoarei grile (model ASEM):

Nr. crt.	Criteriu de evaluare	Punctaj
1.	Conținutul și modul de redactare a Portofoliului de practică (claritate, structură, respectarea cerințelor tehnice, calitatea analizei și a reflecției)	5 p
2.	Calitatea susținerii publice a portofoliului (coerență, relevanță, capacitate de sinteză, argumentare)	3 p
3.	Evaluarea activității desfășurate pe parcursul stagiului (implicare, responsabilitate, respectarea cerințelor, completarea jurnalului)	2 p
Total		10 p

XVI. BIBLIOGRAFIE. SITE-URI UTILE.

Obligatorie	1. Kotler, Philip; Kartajaya, Hermawan; Setiawan, Iwan. <i>Marketing 5.0: Technology for Humanity</i>. Wiley, 2021. ISBN 978-1119668510. 2. Kotler, Philip; Kartajaya, Hermawan; Setiawan, Iwan. <i>Marketing 6.0: The Future is Immersive</i>. Wiley, 2024. ISBN 978-1394203031. 3. Solomon, Michael; Marshall, Greg; Stuart, Elnora. <i>Marketing: Real People, Real Choices</i>, 11th Edition. Pearson, 2023. ISBN 978-0135768792. 4. Baines, Paul; Fill, Chris; Rosengren, Sara; Antonetti, Paolo. <i>Marketing</i>, 8th Edition. Oxford University Press, 2024. ISBN 978-0192893469. 5. Kotler, Philip; Armstrong, Gary. <i>Principiile marketingului</i>. București: Teora, 2004, 1064 p. ISBN 978-1594960833. 6. Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. <i>Marketing Management</i>, 15th Edition. Pearson, 2014. ISBN 978-0133856460. 7. Lamb, Charles W.; Hair, Joseph F.; McDaniel, Carl. <i>MKTG</i>, 14th Edition. Cengage, 2024. ISBN 978-0357929216. 8. Christopher, Martin; Holweg, Matthias. <i>Supply Chain 5.0: Resilience, Sustainability and AI Integration</i>. Pearson, 2024. ISBN 978-1292447827. 9. Ivanov, Dmitry; Dolgui, Alexandre. <i>Introduction to Supply Chain Resilience</i>. Springer, 2021. ISBN 978-3030720999. 10. Sheffi, Yossi. <i>The Magic Conveyor Belt: Supply Chains, AI, and the Future of Work</i>. MIT Press, 2023. ISBN 978-0262546757. 11. Zhao, Xu; Wang, Zongyuan. <i>AI Applications in Logistics and Supply Chain Management</i>. Springer, 2024. ISBN 978-3031478240.
--------------------	---

12. Rushton, Alan; Croucher, Phil; Baker, Peter; Koliousis, Ioannis. *The Handbook of Logistics and Distribution Management*, 8th Edition. Kogan Page, 2026. ISBN **978-1398625112**.
13. Bowersox, Donald; Closs, David; Cooper, M. Bixby. *Supply Chain Logistics Management*, 6th Edition. McGraw-Hill, 2024. ISBN **978-1265072605**.
14. Bălan, Carmen. *Logistica*. București: Uranus, 2004. ISBN **978-973-7765-28-4**.
15. Melnic, Igor. *Îndrumar metodic la disciplina Logistică*. ASEM, 2010. ISBN **978-9975-75-515-3**.
16. Popa, Virgil. *Managementul lanțului de distribuție/aprovizionare*. Zven, 2017. ISBN **978-606-94363-6-3**.
17. Raicu, Șerban. *Sisteme de transport*. AGIR, 2007. ISBN **978-973-720-152-2**.
18. Chaffey, Dave; Ellis-Chadwick, Fiona. *Digital Marketing*, 9th Edition. Pearson, 2025. ISBN **978-1292738086**.
19. Tuten, Tracy L.; Solomon, Michael R. *Social Media Marketing*, 5th Edition. SAGE, 2023. ISBN **978-1529623819**.
20. Ryan, Damian. *Understanding Digital Marketing*, 5th Edition. Kogan Page, 2023. ISBN **978-1398610873**.
21. Petrescu, Maria. *Digital and Social Media Marketing: A Results-Driven Approach*. Routledge, 2022. ISBN **978-0367437221**.
22. Kumar, V.; Bhaskaran, S.; et al. *AI-Driven Marketing: The Next Frontier*. Springer, 2024. ISBN **978-3031238912**.
23. Biggs, John; Tang, Catherine. *Teaching for Quality Learning at University*, 5th Edition. McGraw-Hill, 2023. ISBN **978-0335249821**.
24. Zhao, Yong; Wiliam, Dylan. *Assessment and Learning: Rethinking Higher Education*. Routledge, 2024. ISBN **978-1032472984**.
25. Velcu, Anca; Vlăscanu, Lazăr. *Managementul calității în învățământul superior*. Editura ASE, 2022. ISBN **978-606-505-457-2**.
26. Biblioteca Științifică ASEM. *Ghid de redactare a lucrărilor științifice*. Chișinău, 2024.
27. ASEM. *Regulamentul-cadru privind organizarea și desfășurarea stagiului de practică de inițiere*. Chișinău, 2025.
28. Ministerul Educației și Cercetării (MEC). *Standard de calificare pentru învățământul superior – Ciclul I, Domeniul 0414 Marketing și Logistică*. Chișinău, 2024.
29. *Cadrul Național al Calificărilor*, HG 1016/2017.
30. *Cadrul de referință al curriculumului universitar*. Chișinău, 2015.

Recomandată

1. Chaffey, Dave; Smith, PR. *Marketing Excellence in 2030*. Kogan Page, 2025. ISBN **978-1398610255**.
2. Rushton, Alan; Croucher, Phil; Baker, Peter. *The Handbook of Logistics and Distribution Management*, 7th Ed. Kogan Page, 2022. ISBN **978-1398602045**.
3. Сток, Дж.; Ламберт, Д. *Стратегическое управление логистикой*. Москва, 2005. ISBN **5-16-002007-1**.

4. Сергеев, В. И. *Логистика снабжения*. Москва: Юрайт, 2016. ISBN **978-5-9916-5546-0**.
5. Pulizzi, Joe. *Content Inc.*, Second Edition. McGraw-Hill, 2022. ISBN **978-1264267095**.
6. European Commission. *Key Competences for Lifelong Learning – 2023 Update*. Bruxelles, 2023.
7. EHEA (European Higher Education Area). *ESG 2023 – Revised Standards and Guidelines for Quality Assurance in Higher Education*.
8. OECD. *The Future of Education and Skills 2030*. OECD, 2024.

Site-uri utile

<https://www.ase.md>
<https://www.thinkwithgoogle.com>
<https://www.hubspot.com>
<https://www.smartinsights.com>
<https://www.socialmediatoday.com>
<https://www.supplychaindigital.com>
<https://www.logisticsmgmt.com>
<https://www.supplychaintoday.com>
<https://ehea.info>
<https://eurydice.org>
<https://europass.europa.eu/system/files/2020-05/Legal%20text-RO.pdf>
<https://mec.gov.md>

” ” _____ 2025_



Savciuc Oxana, dr., conf. univ.



Axente Stela, asistent univ.