



Digitally signed by
Biblioteca UTM
Reason: I attest to the
accuracy and integrity
of this document

UNIVERSITATEA TEHNICĂ A MOLDOVEI

Facultatea „INGINERIE ECONOMIE ȘI BUSINESS”

Catedra „TEORIE ECONOMICĂ ȘI MARKETING”

PROGRAMUL

**practicii economico-tehnologice pentru anul doi de studii,
FIEB, specialitatea „Marketing și logistică”**

**Chișinău
U.T.M
2007**

Programul a fost discutat și recomandat pentru editare la ședința
catedrei „Teorie Economică și Marketing” din 9 mai 2007,
proces verbal nr. 9.

Șef catedră „TEM” conf. univ.dr. A. Gangan

**Autori: conf. univ.dr. A. Gangan
lector superior V. Childescu
lector asistent O. Calmîcov**

Redactor : Irina Enache

Bun de tipar 01.06.07.	Formatul hârtiei 60x84 1/16.	
Hârtie offset.	Tipar Riso.	Tirajul 75 ex.
Coli de tipar 1,0		Comanda nr.93

U.T.M., 2004, Chișinău, bd. Ștefan cel Mare, 168.
Secția Redactare și Editare a U.T.M.
2068, Chișinău, str. Studenților, 9/9.

© U.T.M.,2007

NOTĂ INFORMATIVĂ

Scopul practicii economico-tehnologică constă în aprofundarea și consolidarea cunoștințelor teoretice, însușirea deprinderilor profesionale și pregătirea studenților pentru a activa independent în domeniul marketingului.

Practica este prevăzută de planul de pregătire a specialiștilor la specialitatea „Marketing și logistică” și se desfășoară la întreprinderile industriale, agroindustriale, comerciale, din sfera serviciilor etc.

Practica se efectuează după studierea disciplinelor cu profil economic, precum și a disciplinelor de specialitate:

1. Cercetări de marketing
2. Logistica mărfurilor
3. Sisteme informaționale în marketing
4. Marketingul industrial
5. Teoria comportării consumatorului
6. Reclama și relațiile cu publicul.

În corespundere cu planul de învățământ durata practicii este de 4 săptămâni.