

UNIVERSITATEA TEHNICĂ A MOLDOVEI
FACULTATEA INGINERIE ECONOMICĂ ȘI
BUSINESS
CATEDRA TEORIE ECONOMICĂ ȘI MARKETING

PROGRAMUL
practicii tehnico-economice pentru anul II de studii,
FIEB, specialitatea *Marketing și logistică*

Chișinău
Editura „Tehnica-UTM”
2014

Îndrumarul de față este destinat studenților specialității *Marketing și logistică* din cadrul Facultății Inginerie Economică și Business, UTM, anului II de studii cu frecvență la zi.

Lucrarea are drept scop orientarea studenților în procesul de selectare a locului stagiului de practică, petrecerea stagiului de practică, elaborarea raportului privind practica tehnico-economică și modul de susținere a acestuia.

**Autori: conf. univ., dr. Veaceslav BÂRDAN
conf. univ., dr. Andrei GANGAN**

Recenzent: conf. univ., dr. Feodosie PITUȘCAN

CUPRINS

NOTĂ INFORMATIVĂ.....	3
OBIECTIVELE PRINCIPALE ALE PRACTICII DE PRODUȚIE.....	4
OBLIGAȚIUNILE PĂRȚILOR.....	6
RAPORTUL PRIVIND PRACTICA DE PRODUȚIE	11
ELABORAREA ȘI SUSȚINEREA RAPOARTELOR DE PRACTICĂ.....	13
ANEXE	17

NOTĂ INFORMATIVĂ

La elaborarea acestui program s-a ținut cont de baza normativă ce include următoarele:

- Legea învățământului (nr. 547-XIII din 21 iulie 1995) cu toate modificările și completările;
- Planul-cadru pentru studii superioare, aprobat prin Ordinul nr. 455 din 03 iunie 2011 al Ministerului Educației al Republicii Moldova;
- Anexa la Ordinul nr. 726 din septembrie 2010 cu privire la Regulamentul de organizare a studiilor în învățământul superior în baza Sistemului Național de Credite de Studiu;
- Regulamentul privind organizarea și desfășurarea stagiilor de practică a studenților la Universitatea Tehnică a Moldovei aprobat prin Hotărârea Senatului UTM din 30 noiembrie 2010 etc.

Practica tehnico-economică are drept scop aprofundarea cunoștințelor teoretice acumulate pe parcursul orelor teoretice și practice, precum și formarea deprinderilor practice ale studentului privind efectuarea activităților de marketing la întreprinderile din diverse ramuri ale economiei naționale.

Pe parcursul practicii, studentul poate să se angajeze în cadrul întreprinderii cu scopul de a efectua anumite activități practice, ce nu contravin conținutului practicii.

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 3 săptămâni.