

Diagnoza activității economico-financiare (DAEF)
1. Date despre unitatea de curs/modul

Facultatea	Inginerie Economică și Business				
Catedra/departamentul	Economie și Management				
Ciclul de studii	Studii superioare de licență, ciclul I				
Programul de studiu	0414.1 Marketing și logistică				
Anul de studiu	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
II (învățământ cu frecvență); III (învățământ cu frecvență redusă)	5 7	E	S – unitate de curs de specialitate	O - unitate de curs obligatorie	10

2. Timpul total estimat

Total ore în planul de învățământ	Din care				
	Ore auditoriale		Lucrul individual		
	Curs	Seminar/Practice	Studiul materialului teoretic	Rezolvare aplicații practice	Proiect de an
300	75	75	75	75	--

3. Precondiții de acces la unitatea de curs/modul

Conform planului de învățământ	Economie în industrie/construcții, Management general, Management în industrie/construcții, Contabilitate în industrie/construcții, MRU.
Conform competențelor	Utilizarea cunoștințelor fundamentale pentru explicarea și interpretarea unor situații, procese, fenomene economice.

4. Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru

Curs	Pentru prezentarea materialului teoretic în sala de curs este nevoie de proiector și calculator. Nu vor fi tolerate întârzierile studenților, precum și convorbirile telefonice în timpul cursului.
Seminar/Practice	Studenții vor perfecta rapoarte conform condițiilor impuse de indicațiile metodice. Termenul de predare a lucrării de an – cel târziu ultima săptămână a semestrului. Pentru predarea cu întârziere a lucrării aceasta se depunctează cu 1pct./săptămână de întârziere.

5. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP 1. Utilizarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor de cercetare specifice marketingului: C1.1. Cunoașterea aprofundată a conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor de cercetare specifice marketingului C1.2. Asimilarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor de cercetare specifice marketingului C1.3. Aplicarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor de cercetare specifice marketingului
-------------------------	--

	<p>C1.4. Valorificarea și abordarea comparativă a conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor de cercetare specifice marketingului</p> <p>C1.5 Proiectarea unei cercetări de marketing</p>
Competențe profesionale	<p>CP 2. Analiza mediului de marketing intern și extern al întreprinderii:</p> <p>C2.1. Cunoașterea conceptelor de bază și descrierea componentelor mediului de marketing al întreprinderii.</p> <p>C2.2. Explicarea și interpretarea metodelor de studiere a mediului de marketing al întreprinderii</p> <p>C2.3. Identificarea și evaluarea factorilor de influență asupra activității firmei</p> <p>C2.4. Aplicarea metodelor de studiere a mediului de marketing al întreprinderii</p> <p>C2.5. Realizarea unui studiu a mediului de marketing al întreprinderii</p>
Competențe profesionale	<p>CP 3. Cercetarea comportamentului consumatorului:</p> <p>C3.1. Cunoașterea aprofundată a conceptelor și metodelor de studiere al comportamentului consumatorului</p> <p>C3.2. Explicarea factorilor de influență asupra comportamentului consumatorului</p> <p>C3.3. Identificarea și evaluarea factorilor de influență asupra comportamentului consumatorului</p> <p>C3.4. Aplicarea metodelor de studiere al comportamentului consumatorului</p> <p>C3.5. Elaborarea studiului de sinteză al comportamentului de cumpărare și consum al consumatorului</p>
Competențe profesionale	<p>CP. 4. Elaborarea de politici și strategii de marketing</p> <p>C4.1 Definierea și explicarea politicilor și strategiilor de marketing</p> <p>C4.2 Identificarea și descrierea submixului politicilor de marketing</p> <p>C4.3 Analiza și utilizarea informațiilor în procesul de fundamentare și luare a deciziilor de marketing</p> <p>C4.4 Aplicarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor în procesul de fundamentare și luare a deciziilor de marketing</p> <p>C4.5 Elaborarea mix-ului de marketing</p>
Competențe profesionale	<p>CPL5. Organizarea și conducerea activităților logistice:</p> <p>C5.1 Cunoașterea principalelor probleme, a conceptelor teoretice și soluțiilor practice</p>

	<p>din domeniul logisticii</p> <p>C5.2 Asimilarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor de cercetare în domeniul logisticii</p> <p>C5.3 Aplicarea conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor specific logisticii</p> <p>C5.4 Valorificarea și abordarea comparativă a conceptelor, principiilor, metodelor și tehnicilor specifice activității de logistică</p> <p>C5.5 Proiectarea unui program de organizare a proceselor logistice</p>
Competențe profesionale	<p>CPL6. Organizarea și conducerea activităților de marketing:</p> <p>C6.1 Identificarea și descrierea locului și rolului departamentului de marketing în cadrul firmei</p> <p>C6.2 Cunoașterea responsabilităților și activităților în cadrul departamentului de marketing</p> <p>C6.3 Analiza comparativă și interpretativă a activităților desfășurate în cadrul departamentului de marketing</p> <p>C6.4 Valorificarea cunoștințelor prin acordarea de consultanță de marketing</p> <p>C6.5 Formularea recomandărilor privind optimizarea procesului de organizare și conducere a activităților de marketing</p>
Competențe transversale	_____

6. Obiectivele unității de curs/modulului

Obiectivul general	Sinteza și formularea problemelor în baza analizelor efectuate la nivel de întreprindere.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - însușirea metodelor teoretice de diagnosticare a activității economice a întreprinderilor; - antrenarea deprinderilor practice de a efectua analiza dinamicii, îndeplinirii sarcinii trasate, structurii și influenței factorilor asupra rezultatelor; - evidențierea rezervelor de economisire a tuturor tipurilor de resurse, analiza fluxurilor de numerar, aprecierea performanțelor/probabilității de faliment; - însușirea funcțiilor managementului financiar la întreprindere și înțelegerea fenomenelor și metodelor financiare utilizate în gestionarea întreprinderii.

7. Conținutul unității de curs/modulului

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă

Tematica prelegerilor		
DIAGNOZA ACTIVITĂȚII ECONOMICO-FINANCIARE		
T1. Obiectul, conținutul și sarcinile DAEF	2	0,5
T2. Metoda și sistemul de procedee ale diagnozei activității economico-financiare	4	2
T3. Analiza producerii și comercializării producției	6	2
T4. Analiza asigurării tehnico-materiale și utilizării resurselor materiale (RM)	4	1
T5. Analiza asigurării și eficienței utilizării mijloacelor fixe (MF)	4	1
T6. Analiza asigurării și eficienței utilizării resurselor umane (RU)	4	1
T7. Analiza costurilor la întreprindere	6	3
T8. Analiza profitului la întreprindere	4	1,5
T9. Analiza indicatorilor de rentabilitate	2	1
T10. Analiza stării financiare a întreprinderii	8	3
Total prelegeri:	45	16

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica seminarelor		
DIAGNOZA ACTIVITĂȚII ECONOMICO-FINANCIARE		
T1. Obiectul, conținutul și sarcinile DAEF	2	0,5
T2. Metoda și sistemul de procedee ale analizei activității economico-financiare	4	2
T3. Analiza producerii și comercializării producției	6	2
T4. Analiza asigurării tehnico-materiale și utilizării resurselor materiale (RM)	4	1
T5. Analiza asigurării și eficienței utilizării mijloacelor fixe (MF)	4	1
T6. Analiza asigurării și eficienței utilizării resurselor umane (RU)	4	1
T7. Analiza costurilor la întreprindere	6	3
T8. Analiza profitului la întreprindere	4	1,5
T9. Analiza indicatorilor de rentabilitate	2	1
T10. Analiza stării financiare a întreprinderii	8	3
Total seminarii:	45	16

8. Referințe bibliografice

Principale	<ol style="list-style-type: none"> Gortolomei V., „Bazele analizei activității economice”, Chișinău, ASEM, 1999 Bălănuță V., „Analiza gestionară a întreprinderii”, ASEM, Țiriulnicova N., „Analiza rapoartelor financiare”, Chișinău, ASEM, 2004 C. Ouatu, “Analiza economică”, Iași, 1995 M. Niculescu, “Diagnostic global strategic”, București, Editura economică, 1997 Georgescu Nicolae, <i>Analiza bilanțului contabil</i>, Editura Economică, București, 1999 Mironiuc Marilena, <i>Analiza performanțelor economico-financiare ale întreprinderii</i>, Editura Junimea, Iași, 1999
Suplimentare	<ol style="list-style-type: none"> Bistriceanu Gh., Adochiței M., Negrea E., <i>Finanțele agenților economici</i>, Editura Economică, București, 2001 Brezeanu Petre, <i>Gestiunea financiară a întreprinderii în economia de piață</i>, Editura Fundației „România de Măine”, București, 1999 Filip Gheorghe, <i>Viabilitatea financiară a întreprinderii și îndatorarea</i>, în volumul <i>Dimensiunea financiară a întreprinderii</i>, coordonator Turliuc Vasile, Editura Eco’Art, Iași, 1995
Indicații metodice	<ol style="list-style-type: none"> Crucerescu C., Indicații metodice pentru efectuarea lucrărilor de verificare la disciplina „Analiza activității economico-financiare la întreprinderi”, UTM, 2008

	12. Crucerescu C., Indicații metodice pentru efectuarea proiectelor de an la disciplina „Diagnoza activității economico-financiare la întreprinderi”, library.utm.md, UTM, 2015 13. Bugaian L., Crucerescu C., Țurcan R., Îndrumar metodic privind desfășurarea stagiului de practică economico-tehnologică, UTM, Chișinău, 2016, 12p.
--	---

9. Evaluare

Curentă		Proiect de an	Examen final
Atestarea 1	Atestarea 2		
30%	30%	-	40%

Standard minim de performanță

Prezența și activitatea la prelegeri și seminarii;

Obținerea notei minime de „5” la fiecare dintre atestări;

Demonstrarea în lucrările de examinare a cunoașterii sistemului informațional al întreprinderii, calcularea și înțelegerea semnificației economice a indicatorilor în diagnosticarea situației economico-financiare; rolul și funcțiile MF la întreprinderi.