

MARKETING ȘI ECONOMIA CONSTRUCȚIILOR
1.Date despre unitatea de curs/modul

Facultatea	Urbanism și Arhitectură				
Catedra/departamentul	Departamentul Drumuri, Materiale, Mașini pentru Construcții				
Ciclul de studii	Studii superioare de licență, ciclul I				
Programul de studiu	732.2 Căi Ferate, Drumuri, Poduri.				
Anul de studiu	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
III (învățământ cu frecvență); II (învățământ cu frecvență redusă)	5; 4	E	U – unitate de curs de orientare socio-umanistică	O - unitate de curs obligatorie	5

2.Timpul total estimat

Total ore în planul de învățământ	Din care				
	Ore auditoriale		Lucrul individual		
	Curs	Laborator/seminar	Proiect de an	Studiul materialului teoretic	Pregătire aplicații
150	45	30	-	30	45
150	15	9	-	126	-

3.Precondiții de acces la unitatea de curs/modul

Conform planului de învățământ	Matematica superioară, Teoria economică
Conform competențelor	Conștientizarea metodelor teoriei economice și aplicarea procedeelelor matematice de calcul

4.Condiții de desfășurare a procesului educațional pentru

Curs	Pentru prezentarea materialului teoretic în sala de curs este nevoie de proiector și calculator, accesat la internet.
Lecții practice	În cadrul seminarelor vor fi propuse studii de caz, discuții de grup, exerciții practice, teste de verificare a cunoștințelor, conform conținutului materialelor didactice elaborate și editate pentru disciplina dată. În sala de lecții practice este nevoie de tablă, cretă/marker, cârpă.

5.Competențe specifice acumulate

<p>Competențe profesionale</p>	<p>4P. Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare a calității și a limitelor de aplicare a unor procese, proiecte, programe, metode și teorii.</p> <p>4P.1.1 Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare, din disciplinele/modulele fundamentale, pentru identificarea, modelarea, analiza și aprecierea calitativă și cantitativă a fenomenelor și parametrilor caracteristici, precum și pentru prelucrarea și interpretarea rezultatelor, din procese specifice ingineriei construcțiilor rutiere și feroviare, aeroportuare.</p> <p>4P.1.2 Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare din științele tehnice pentru analiza și aprecierea calitativă și cantitativă a aspectelor, fenomenelor și parametrilor definatorii pentru construcțiilor rutiere și feroviare.</p> <p>4P.1.3 Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare pentru a aprecia calitatea și limitele aplicațiilor software și a tehnologiilor digitale în rezolvarea de sarcini specifice proiectării și execuției construcțiilor rutiere și feroviare.</p> <p>4P.1.4 Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare pentru adoptarea procedeeelor, tehnicilor și metodelor de bază, necesare în proiectarea construcțiilor rutiere și feroviare și a proceselor tehnologice asociate acestora.</p> <p>4P.1.5 Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare pentru adoptarea procedeeelor, tehnicilor și metodelor specifice aplicate pentru planificarea, coordonarea și monitorizarea sistemelor de execuție a construcțiilor rutiere și feroviare.</p> <p>4P.1.6 Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare pentru adoptarea procedeeelor, tehnicilor și metodelor de bază, necesare în procesele de evaluare și asigurare a calității construcțiilor rutiere și feroviare în relație cu procesele tehnologice asociate.</p> <p>5P. Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu.</p> <p>5P.1.1 Elaborarea de modele și proiecte profesionale specifice ingineriei construcțiilor rutiere și feroviare, aeroportuare, pe baza identificării, selectării și utilizării principiilor, metodelor optime și soluțiilor consacrate din disciplinele/modulele fundamentale.</p> <p>5P.1.2 Elaborarea de proiecte profesionale specifice, pe baza selectării, combinării și utilizării principiilor și metodelor consacrate din științele tehnice ale domeniului construcțiilor rutiere și feroviare, aeroportuare, pentru identificarea și analiza caracteristicilor funcționale ale produselor specifice.</p> <p>5P.1.3 Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea aplicațiilor software și a tehnologiilor digitale în rezolvarea de sarcini specifice proiectării și fabricației construcțiilor rutiere și feroviare.</p> <p>5P.1.4 Elaborarea de proiecte profesionale pentru proiectarea construcțiilor rutiere și feroviare și a proceselor tehnologice asociate, utilizând principii, procedee, tehnici și metode de bază consacrate în domeniu.</p> <p>5P.1.5 Elaborarea de proiecte profesionale utilizând procedee, tehnici și metode consacrate în domeniu pentru planificarea, coordonarea și monitorizarea sistemelor de execuție a construcțiilor rutiere și feroviare, aeroportuare.</p> <p>5P.1.6 Elaborarea de proiecte profesionale specifice ingineriei construcțiilor rutiere și feroviare, selectând și utilizând principii, concepte și metode specifice proceselor de evaluare și asigurare a calității construcțiilor rutiere și feroviare, aeroportuare, în relație cu procesele tehnologice asociate.</p>
--------------------------------	---

Competențe transversale	<p>6T. Executarea responsabilă a sarcinilor profesionale în condițiile unei autonomii restrânse și asistență calificată</p> <p>7T. Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și cu distribuirea de sarcini între membri pe nivele subordonate.</p> <p>8T. Conștientizarea nevoii de formare continuă, utilizarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru dezvoltarea personală și profesională.</p>
-------------------------	---

6. Obiectivele unității de curs/modulului

Obiectivul general	Obținerea cunoștințelor economice din domeniul construcțiilor. Formarea abilităților de comunicare și fundamentare a cunoștințelor necesare pentru utilizarea instrumentariului științific adecvat și formarea gândirii de marketing.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - Să cunoască caracteristicile și rolul ramurii construcțiilor. - Să cunoască resursele unei întreprinderi de construcții. - Să cunoască indicatorii eficienței folosirii resurselor întreprinderii. - Să cunoască metodele de calcul al indicatorilor economici principali ai activității întreprinderii de construcții. - Să cunoască metodele de determinare a costurilor de producție. - Să cunoască metodele de determinare a profitului și rentabilității. - Să cunoască conceptul valorii banilor în timp. - Să cunoască metodele de determinare a eficienței investițiilor. - Să analizeze principalele strategii de produs, preț, distribuție și promovare. - Să utilizeze instrumentarul științific în domeniul elaborării și implementării politicii de marketing a firmei și a elementelor mixului de marketing,

7. Conținutul unității de curs/modulului

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica prelegerilor		
T.1. Caracteristica generală a ramurii construcțiilor	2	3
T.2. Mijloacele fixe și circulante ale întreprinderii	4	
T.3. Resursele umane ale întreprinderii	4	
T.4. Costul producției	4	3
T.5. Costul de deviz al LCM	6	
T.6. Venit, profit și rentabilitate	4	
T.7. Eficiența investițiilor	6	3
T.8. Conceptul de marketing și funcțiile lui în economia de piață.	2	1
T.9. Mediul de marketing al întreprinderii	2	
T.10. Piața în viziunea de marketing	2	
T.11. Cercetări de marketing	2	2
T.12. Studiul comportamentului consumatorului	2	
T.13. Politica de produs în mixul de marketing	2	3
T.14. Politica de preț și Politica de distribuție – componente a mixului de marketing	2	
T.15. Politica de promovare- componentă a mixului de marketing	1	
Total prelegeri:	45	15

Tematica activităților didactice	Numărul de ore	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica seminarelor		
S.1. Caracteristica generală a ramurii construcțiilor. Rolul ramurii în economia națională. Indicatorii naturali și valorici ai rezultatelor activității agentului economic.	2	1
S.2. Clasificarea MF, evaluarea și eficiența folosirii lor. Mijloacele circulante: esența și eficiența folosirii lor.	1	
S.3. Efectivul de personal al întreprinderii. Organizarea salarizării muncii.	1	
S.4. Componenta consumurilor și cheltuielilor întreprinderii.	2	2
S.5. Componenta costului de deviz. Documentația de deviz. Elaborarea devizelor prin metoda de resurse.	3	
S.6. Calculul venitului, profitului și a rentabilității întreprinderii .	1	
S.7. Conceptul de investiție și rolul ei în dezvoltarea întreprinderii. Clasificarea și sursele de finanțare a investițiilor. Indicatorii statici de apreciere a eficienței proiectelor de investiții. Determinarea eficienței PI cu ajutorul tehnicii de actualizare.	5	2
S8. Conceptul de marketing și funcțiile lui în economia de piață	2	-
S.9. Mediul de marketing al întreprinderii	2	-
S.10. Piața în viziunea de marketing	2	2
S.11. Cercetări de marketing	2	
S.12. Studiarea comportamentului consumatorului	2	
S.13. Politica de produs în mixul de marketing	2	2
S.14. Politica de preț și Politica de distribuție – componente a mixului de marketing	2	
S.15. Politica de promovare- componentă a mixului de marketing	1	
Total lucrări de laborator/seminare:	30	9

8.Referințe bibliografice

Principale	<ol style="list-style-type: none"> 1. Legea RM privind autorizarea executării lucrărilor de construcție nr.163 din 09.07.2010. M.O.nr.155-158 din 03.09.2010. 2. Usturoi L., Vascan G. Economia întreprinderii. Curs universitar. Chișinău, UTM, 2006. – 163 p. – 100 ex. 3. Usturoi L., Novicov L., Stratila A. Economia întreprinderii. Culegere de probleme pentru lecții practice. – Chișinău, UTM, 2010. – 110 p. – 100 ex. 4. Stratila A., Usturoi L. Economia întreprinderii (de construcții). Culegere de teste. – Chișinău, UTM, 2016. 56 p. – 60 ex. 5. Anghel L., Petrescu E.. Business to business Marketing. Ediția a II-a, revăzută. București: Editura Uranus, 2002. 240 p. 6. GRIBINCEA, A., CHIRIAC L. <i>Основы маркетинга: практикум</i>. Изд. СЕР USM, Кишинев: 2006, 80 p. 3,0 с.а. ISBN 978-9975-70-661-2 7. Gerald A. Michaelson, Steven A. Michaelson. San Tzu. Strategii de marketing. 12 principii esențiale pentru câștigarea bătăliei de atragere a clienților. București: Brandbuilders, 2006. 272 p. 8. Kotler Ph., Armstrong G. Principiile marketingului. Ediția X-a. București: Teora, 2004. 1064 p. 9. Marketing. Coord. Virgil Balaure. București: Uranus, 2000. 575p. 10. Nedelea, Al., Politici de marketing, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 2008 11. Pistol Gh. Marketing. Ed. a V-a.- București: Editura Fundației de România de Mâine, 2007. 396p. 12. Аксель Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов. М.: ИНФРА - М, 2005. 510 с. 13. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. 2-е европейское издание –М.: СПб.: К. Вильямс, 2006. - 944с. 14. Крылова Г.Д., Соколова М.И. Маркетинг: Теория и практика: Учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 655с.
------------	---

Suplimentare	<p>1.CP L.01.01-2012. Economia construcțiilor. Instrucțiuni privind întocmirea devizelor pentru lucrările de construcții-montaj prin metoda de resurse. Ediție oficială, Chișinău, 2012.</p> <p>2.NCM L.01.07-2005. Regulament privind fundamentarea proiectelor investiționale în construcții. Ediție oficială, Chișinău, 2005.</p> <p>3.Gheorghită M. Economia întreprinderii industriale. Chișinău: Editura CUVÎNTUL-ABC, 2011. – 280 p. – 300 ex.</p> <p>4. Ciornâi N., Blaj I. Economia firmelor contemporane. Manual universitar. Chișinău: Editura Prut Internațional, 2003. – 312 p.</p> <p>5.ROTARU, O., CHIRIAC, L. Conținutul și importanța studierii micromediului de marketing al întreprinderii pe piața imobilului locativ. Revista Studia Universitatis Moldaviae (Seria științe Exacte și Economice,. 2014, nr. 7(77), p.156-165,ISSN 1857-2073.</p> <p>6.CHIRIAC, L., ROTARU, O. Metode de analiză a mediului de marketing al întreprinderii din sfera construcțiilor de imobil locative. Analele Științifice. Universitatea de Studii Politice și Economice Europene "C. Stere". 2014, Ediția II, Volumul 2, p. 64-72, ISSN 1857 – 4858.</p> <p>7.ROTARU, O., CHIRIAC, L. Conținutul și importanța studierii macromediului de marketing al întreprinderii din sfera construcțiilor de imobil locativ. Revista Studia Universitatis Moldaviae (Seria științe Exacte și Economice). Chișinău, 2013, nr. 2(62), p.152 -158, ISSN 1857-2073.</p> <p>8.CHIRIAC, L., SUVAC, N. Valorificarea potențialul întreprinderii prin planificarea activității de marketing. În: Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii: conf. șt. intern., 26-27 sept., 2014, Volumul I, Ch.: ASEM., 2014, p. 125-129, ISBN 978-9975-75-715-7</p> <p>9.CHIRIAC L., SUVAC N. Aspecte teoretice privind procesului de planificare a activității de marketing în cadrul întreprinderii În: Conferința Jubiliară Tehnico-Științifică a Colaboratorilor, Doctoranzilor și Studenților consacrată celei de-a 50-a Aniversări a UTM, 20-21 octombrie, 2014. Chișinău, Editura "Tehnica-UTM", 2015, vol.III, p. 415-418. ISBN 978-9975-45-382-0</p> <p>10. ROTARU, O., CHIRIAC, L. Utilizarea metodei „mystery shopping” pentru studierea satisfacției cumpărătorilor în cadrul pieței imobilului cu destinație locativă. În: 60 de ani de învățământ economic superior în Republica Moldova: prin inovare și competitivitate spre progres economic: conf. șt. intern., 27-28 sept., 2013, Volumul I, Ch.: ASEM, 2013 p. 144-146, ISBN 978-9975-75-668-6</p>
--------------	---

11.Evaluare

<i>Învățământ cu frecvență</i>			
Curentă		Proiect de an	Examen final
Evaluarea curentă 1	Evaluarea curentă 2		
30%	30%	-	40%
<i>Învățământ cu frecvență redusă</i>			
Lucrare de verificare		-	Examen final
50%			
Standard minim de performanță			
Prezența și activitatea la prelegeri și seminarii;			
Obținerea notei minime de „5” la fiecare dintre atestări;			
Obținerea notei minime de „5” la fiecare din evaluările curente medii (1 și 2);			
Demonstrarea în lucrarea de examinare finală a cunoașterii obiectivelor specifice ale unității de curs.			