

Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova

IP Centrul de Excelență în Economie și Finanțe

Aprobată prin ordinul

nr. 20/ din 06 octombrie 2025

Director

Sargo Aliona



**Programa
pentru examenul de calificare
Nivelul 4 al CNC**

Specialitatea: 0413.1 Planificarea și administrarea afacerilor

Calificarea: 0413.1.1 Specialist/specialistă planificarea și administrarea afacerilor

Programa a fost elaborată în baza următoarelor documente:

- Planurile de învățământ aprobate de către Ministerul Educației și Cercetării, nr. SC-41/24 din 03.09.2024, nr. SC-118/24 din 12.11.2024, învățământul clasic și dual;
- Curriculumul specialității, aprobat prin Ordinul MEC;
- Suportul metodologic „*Elaborarea programelor și a probelor de evaluare pentru examenele de calificare din învățământul profesional tehnic*”, aprobat prin Ordinul Ministrului Educației, Culturii și Cercetării nr. 644 din 13 iulie 2020;
- Standardul de pregătire profesională – *Anexa 1*, Planul de învățământ 2024.

Autori:

1. Șargo Aliona, dr. în șt. econ., gr. didactic superior;
2. Botezatu Angela, dr. în șt. econ., gr. didactic superior;
3. Bugenko Galina, gr. didactic superior;
4. Stratu Olesea, gr. didactic superior.

Aprobată la Consiliul metodic-științific al IP Centrul de Excelență în Economie și Finanțe, proces-verbal nr. 2 din 06 octombrie 2025

Examinată și aprobată la ședința catedrei *Administrarea afacerilor* a IP Centrul de Excelență în Economie și Finanțe, proces-verbal nr. 2 din 19 septembrie 2025

Recenzenți:

1. Veverița Mihail, director „Imobil Star” SRL.
2. Deliu Natalia, dr. în științe economice, grad didactic unu.

Adresa programei în internet:

<https://www.ceef.md/specialit%C4%83%C8%9Bi>

CUPRINS:

I. Preliminarii.....	4
II. Lista competențelor profesionale specifice.....	5
III. Obiectivele de evaluare.....	5
IV. Atitudini specifice predominante de care trebuie să dea dovadă candidatul	14
V. Resurse bibliografice destinate candidaților.....	15

I. Preliminarii

În conformitate cu prevederile *Regulamentului de organizare și desfășurare a examenului de calificare (2018)*, examenul de calificare vizează evaluarea finalităților de studii/rezultatelor învățării realizate într-un domeniu de formare profesională tehnică și are drept scop evaluarea cunoștințelor, abilităților și certificarea competențelor pentru calificarea profesională de nivelul 4 ISCED conform Cadrului Național al Calificărilor. Promovarea examenului de *calificare* determină recunoașterea oficială a valorii rezultatelor individuale ale învățării pentru piața muncii, precum și a educației și formării profesionale continue prin diplomă de studii profesionale cu suplimentul descriptiv al *Diplomei* conform modelului aprobat ce conferă dreptul legal de a profesa în calitate de *Specialist/specialistă planificarea și administrarea afacerilor*.

Prezenta *Programă* a fost elaborată în baza *Standardului de pregătire profesională – Anexa 1* a Planului de învățământ aprobat de către Ministerul Educației și Cercetării, nr. SC-41/24 din 03.09.2024 (pentru învățământul clasic), a Planului de învățământ aprobat de către Ministerul Educației și Cercetării, nr. SC-118/24 din 12.11.2024 (pentru învățământul dual) și Curriculumul specialității 0413.1 Planificarea și administrarea afacerilor, aprobat prin ordinul MEC.

În conformitate cu Regulamentul de organizare și desfășurare a examenului de calificare (2018), corespunzător programului de formare profesională *0413.1 Planificarea și administrarea afacerilor*, examenul se organizează prin susținerea unei probe de evaluare sau a lucrării de diplomă.

Proba de evaluare va fi elaborată în baza prezentei *Programe* respectând principiile de bază ale evaluării: validitate, credibilitate, transparență, echitate și accesibilitate.

Proba de evaluare se va axa pe evaluarea competențelor profesionale obținute de către elevi în perioada studiilor în aspect de cunoștințe, abilități și atitudini.

Itemii de evaluare vor fi elaborați în conformitate cu obiectivele de evaluare, descrise în această *Programă*, prin care candidatul va demonstra că posedă atât cunoștințe, cât și abilități.

Proba de evaluare pentru absolvenții programului de formare profesională *0413.1 Planificarea și administrarea afacerilor* se va desfășura în conformitate cu actele normative în vigoare.

Dreptul de a susține examenul îl au candidații care au finalizat integral programul de formare profesională tehnică postsecundară.

Beneficiarii *Programei* respective sunt absolvenții programului de formare profesională *0413.1 Planificarea și administrarea afacerilor* cu durata studiilor de 4 ani și 2 ani (învățământ dual), care solicită certificarea competențelor profesionale conform calificării *Specialist/specialistă planificarea și administrarea afacerilor*; membrii comisiilor de elaborare a subiectelor pentru examenul de calificare.

Specialistul/specialista planificarea și administrarea afacerilor poate iniția și administra afaceri proprii în cadrul sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii; poate reprezenta managerul la întâlniri atunci când acesta nu este prezent; poate conduce subdiviziuni din cadrul diferitor entități economice etc.

II. Lista competențelor profesionale (CP)

CP2. Identificarea oportunităților de afaceri.

CP3. Planificarea afacerii.

CP4. Administrarea afacerii.

CP6. Managementul resurselor umane.

CP8. Organizarea activității de marketing și promovarea afacerii.

CP9. Gestiunea economico-financiară a afacerii.

III. Obiectivele de evaluare

Competența profesională 2: Identificarea oportunităților de afaceri

Unități de competență	Obiectivele de evaluare	
	<i>Candidatul va demonstra că posedă următoarele cunoștințe:</i>	<i>Candidatul va demonstra că posedă următoarele abilități:</i>
<i>UC1. Identificarea ideii și posibilități de lansare a unei afaceri.</i>	C1. Analizarea posibilităților de a genera valoare pentru alte persoane. C2. Oportunități de lansare a unei activități antreprenoriale și criterii de evaluare a viabilității acesteia. C3. Modalități de inițiere a unei afaceri: prin lansare de la „zero”, prin cumpărarea unei afaceri existente, prin contractul de franchising (franciză).	A1. Identificarea ideii care creează valoare pentru alte persoane. A2. Selectarea unei idei pentru o activitate antreprenorială. A3. Determinarea modalității potrivite pentru lansarea afacerii. A4. Analiza avantajelor și dezavantajelor pentru lansarea unei afaceri. A5. Deducerea riscurilor și beneficiilor unei activități antreprenoriale, inclusiv prin aplicarea unei analize SWOT.
<i>UC2. Analiza posibilităților de susținere a propriei afaceri.</i>	C4. Întreprinderile mici și mijlocii (IMM) și rolul acestora în economia Republicii Moldova. C5. Programe pentru susținerea IMM-urilor. Asociațiile de business - oportunități de colaborare și dezvoltare a activităților antreprenoriale.	A6. Clasificarea IMM-urilor și identificarea caracteristicilor specifice ale IMM. A7. Identificarea programelor de stat și organizațiilor care susțin dezvoltarea IMM-urilor. A8. Explicarea problemelor cu care se confruntă IMM-urile.

		A9. Deducerea eligibilității ideii de afaceri în vederea obținerii unui grant.
UC3. <i>Aplicarea cadrului legal privind activitatea antreprenorială în vederea lansării unei afaceri proprii.</i>	C6. Cadrul legal cu privire la activitatea antreprenorială: Codul Civil, Codul Muncii, Codul Fiscal, Legea cu privire la antreprenoriat și întreprinderi, Legea cu privire la IMM etc. C7. Înregistrarea unei activități antreprenoriale: pachetul de acte necesare pentru înregistrarea unei afaceri (ÎI, SRL, GȚ). C8. Formele organizatorico-juridice ale unor activități antreprenoriale (ÎI, SRL, GȚ).	A10. Selectarea formei organizatorico-juridice pentru o afacere. A11. Explicarea prevederilor legale privind avantajele și dezavantajelor formelor organizatorico-juridice ale unei activități antreprenoriale. A12. Aplicarea cadrului legal cu referire la procesul de înregistrare a unei afaceri. A13. Planificarea activităților pentru înregistrarea afacerii.
UC4. <i>Evaluarea impactului factorilor de mediu intern și extern asupra eficienței și sustenabilității afacerii.</i>	C9. Organizația: noțiuni și caracteristici de bază. C10. Mediul intern al afacerii. C11. Mediul extern al afacerii.	A14. Identificarea factorilor de influență asupra afacerii. A15. Evaluarea poziției unei afaceri în raport cu riscurile și oportunitățile din mediul concurențial.

Competența profesională 3: Planificarea afacerii

Unități de competență	Obiectivele de evaluare	
	<i>Candidatul va demonstra că posedă următoarele cunoștințe:</i>	<i>Candidatul va demonstra că posedă următoarele abilități:</i>
UC1. <i>Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și principiilor planificării afacerii.</i>	C1. Funcția de planificare: planificarea strategică și operațională a firmei; planul de afaceri și structura lui. C2. Beneficiarii planului de afaceri. C3. Tipologia planurilor de afaceri. C4. Misiunea, viziunea, valorile, scopurile afacerii. C5. Modelul CANVAS.	A1. Definirea principalelor concepte ale planificării afacerii. A2. Identificarea beneficiarilor planului de afaceri. A3. Selectarea celei mai optime structuri a planului de afaceri. A4. Prezentarea în format grafic a modelului CANVAS.
UC2. <i>Proiectarea structurii planului de afaceri al firmei</i>	C6. Rezumatul planului de afaceri. C7. Descrierea afacerii: produse și servicii. C8. Piața de desfacere, concurenții.	A5. Identificarea structurii propriului plan de afaceri. A6. Proiectarea structurii planului de afaceri.

<i>respectând cerințele metodologice.</i>	C9. Planul de marketing. C10. Managementul și personalul executiv. C11. Planul financiar.	A7. Elaborarea scopului propriei afaceri. A8. Formularea obiectivelor firmei conform sistemului SMART.
<i>UC3. Elaborarea elementelor structurale ale planului de afaceri al firmei.</i>	C12. Foaia de titlu. C13. Rezumatul planului de afaceri. C14. Descrierea afacerii: produse și servicii. C15. Piața de desfacere, concurenții. C16. Planul de marketing. C17. Managementul și personalul executiv. C18. Planul financiar.	A9. Elaborarea misiunii, viziunii, valorilor și obiectivelor firmei. A10. Descrierea afacerii și elaborarea analizei SWOT. A11. Identificarea furnizorilor și a concurenților. A12. Prognostizarea veniturilor și cheltuielilor firmei.

Competența profesională 4: Administrarea afacerii

Unități de competență	Obiectivele de evaluare	
	<i>Candidatul va demonstra că posedă următoarele cunoștințe:</i>	<i>Candidatul va demonstra că posedă următoarele abilități:</i>
<i>UC1. Evaluarea necesității planificării operaționale și managementului operațional.</i>	C1. Conceptul de planificare operațională și management operațional. C2. Evoluția managementului operațional. C3. Întreprinderea – mediu de desfășurare a managementului operațiunilor. C4. Rolul managementului operațiunilor în organizațiile moderne.	A1. Definirea conceptelor de planificare operațională și management operațional. A2. Analiza întreprinderii în viziunea sistemică. A3. Identificarea noilor tendințe în planificarea operațională a organizațiilor moderne.
<i>UC2. Aplicarea strategiilor de conducere operativă a producției în vederea optimizării resurselor, respectării termenelor și creșterii eficienței organizaționale.</i>	C5. Conducerea operativă a producției: definiții, funcții, sarcini. C6. Planificarea operativă a producției. C7. Urmărirea și controlul cantitativ al realizării programelor de producție.	A4. Identificarea componentelor conducerii operative a producției. A5. Determinarea planului operativ pentru structuri de producție cu diferită specializare. A6. Controlul îndeplinirii planurilor operative.

UC3. Structurarea proiectelor prin aplicarea corectă a regulilor de redactare a titlului și rezumatului, precum și prin identificarea beneficiarilor și a grupurilor-țintă.	C8. Elementele componente ale unui proiect. C9. Titlul proiectului: reguli generale de redactare a titlului. C10. Rezumatul proiectului: reguli generale de elaborare a rezumatului proiectului. C11. Beneficiarii proiectului și grupurile-țintă. C12. Asigurarea durabilității proiectelor.	A7. Identificarea și descrierea elementelor componente ale unui proiect. A8. Aplicarea regulilor generale de redactare a titlului unui proiect. A9. Redactarea corectă a rezumatului unui proiect. A10. Identificarea beneficiarilor și a grupurilor-țintă ale unui proiect.
UC4. Luarea deciziilor corecte și fundamentate pe baza analizei situației, a riscurilor și a resurselor disponibile.	C13. Esența și rolul deciziei în activitatea managerială. C14. Tipologia deciziilor. C15. Etapele procesului decizional. C16. Metode și tehnici decizionale. C17. Utilizarea „tehnologiilor verzi” în luarea deciziilor.	A11. Interpretarea tipurilor de decizii manageriale. A12. Descrierea etapelor procesului decizional. A13. Aplicarea metodelor și tehnicilor decizionale.
UC5. Aplicarea strategiilor eficiente de management al riscurilor în afaceri, prin identificarea, evaluarea și implementarea măsurilor de prevenire, reducere sau transfer al acestora, pentru asigurarea sustenabilității și competitivității organizației.	C18. Caracteristicile procesului de management al riscurilor. C19. Elementele procesului de management al riscurilor. C20. Căi de reducere a riscurilor interne ale întreprinderii. C21. Diversificarea – metodă de reducere a riscurilor. C22. Transferarea și cedarea riscurilor: asigurarea, reasigurarea, coasigurarea. C23. Gestionarea riscurilor asociate implementării tehnologiilor verzi în antreprenariat.	A14. Descrierea procesului de management al riscurilor. A15. Proiectarea unui plan de gestiune a riscurilor. A16. Adaptarea căilor de reducere a riscurilor interne ale întreprinderii la o afacere concretă. A17. Conceperea unei strategii de minimizare a riscurilor.
UC6. Aplicarea legislației muncii și a reglementărilor specifice în contextul raporturilor de muncă.	C24. Principiile de bază ale reglementării raporturilor de muncă. C25. Disciplina muncii. C26. Timpul de muncă și timpul de odihnă. C27. Particularitățile de reglementare a muncii unor categorii de salariați. C28. Integrarea în câmpul muncii a persoanelor cu dizabilități.	A18. Interpretarea și aplicarea corectă a legislației privind drepturile și obligațiile angajaților și angajatorilor. A19. Stabilirea regulilor și normelor privind comportamentul angajaților. A20. Organizarea eficientă a programului de muncă, luând în considerare nevoile

		organizației și drepturile angajaților. A21. Asigurarea unui tratament echitabil și non-discriminatoriu pentru toate categoriile de salariați, respectând drepturile legale ale acestora.
--	--	--

Competența profesională 6: Managementul resurselor umane

Unități de competență	Obiectivele de evaluare	
	<i>Candidatul va demonstra că posedă următoarele cunoștințe:</i>	<i>Candidatul va demonstra că posedă următoarele abilități:</i>
<i>UC1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și principiilor de bază ale managementului resurselor umane și utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională.</i>	C1. Definiția și importanța resurselor umane. C2. Funcțiile și rolul managerilor de resurse umane. C3. Scopul și obiectivele managementului resurselor umane.	A1. Definirea noțiunilor generale ale managementului resurselor umane. A2. Identificarea principalelor funcții ale managementului resurselor umane. A3. Stabilirea legăturii dintre managementul resurselor umane și managementul strategic al organizației.
<i>UC2. Identificarea principalelor etape ale analizei previzionale ale resurselor umane.</i>	C4. Conceptul de planificare a resurselor umane. C5. Analiza previzională a resurselor umane. C6. Statele de personal. C7. Ajustarea resurselor umane în vederea echilibrării cererii cu oferta de muncă.	A4. Descrierea conceptelor specifice managementului previzional al resurselor umane. A5. Elaborarea statelor de personal ale unei entități economice.
<i>UC3. Realizarea unui profil al postului de muncă bazat pe analiza detaliată a acestuia.</i>	C8. Definirea, componentele și variabilele postului. C9. Proiectarea posturilor. C10. Fișa de post. C11. Analiza posturilor. C12. Evaluarea posturilor.	A6. Identificarea noțiunilor de post, funcție, compartiment etc. A7. Aplicarea metodelor de descriere și analiză a posturilor. A8. Elaborarea unei fișe de post.
<i>UC4. Elaborarea unui plan de recrutare și selecție în funcție</i>	C13. Recrutarea – noțiune, surse, metode.	A9. Identificarea metodelor de recrutare a personalului.

<i>de cerințele organizației și posturile vacante.</i>	C14. Etapele și conținutul procesului de selecție a personalului. C15. Angajarea personalului. Contractul individual de muncă. C15. Adaptarea și integrarea noului angajat.	A10. Elaborarea unei liste de întrebări pentru interviul de selecție. A11. Descrierea metodelor de integrare a personalului. A12. Elaborarea unui contract individual de muncă.
<i>UC5. Aplicarea metodelor de pregătire, dezvoltare și evaluare a performanțelor personalului.</i>	C16. Organizarea formării și dezvoltării profesionale a angajaților. C17. Metode de pregătire profesională a angajaților. C18. Mentoring și coaching forme de dezvoltare a angajaților. C19. Planificarea și managementul carierei.	A13. Identificarea lacunelor în competențele angajaților și găsirea soluțiilor educaționale personalizate. A14. Aplicarea metodelor de pregătire profesională a angajaților. A15. Identificarea punctelor forte ale angajaților și ghidarea în alegerea unor trasee de carieră care să le valorifice abilitățile.
<i>UC6. Implementarea unui sistem de evaluare a performanțelor care să reflecte activitățile, responsabilitățile și contribuțiile angajatului.</i>	C20. Definirea evaluării performanțelor. C21. Conținutul și obiectivele procesului de evaluare a performanțelor. C23. Erori în procesul de evaluare a performanțelor. C24. Metode de evaluare a performanțelor.	A16. Explicarea proceselor esențiale implicate în evaluarea performanței. angajaților. A17. Stabilirea criteriilor și standardelor clare de performanță utilizate în procesul de evaluare. A18. Evaluarea performanțelor angajaților. A19. Recunoașterea și evitarea erorilor de evaluare a performanțelor angajaților. A20. Evaluarea angajaților în funcție de competențele-cheie, cum ar fi abilități tehnice, abilități interpersonale etc.
<i>UC7. Explicarea principiilor fundamentale ale managementului recompenselor și modul în care acestea contribuie la performanța organizațională.</i>	C25. Cadrul conceptual al managementului recompenselor personalului. C26. Conținutul sistemului de recompense a personalului:	A21. Definirea conceptului de recompensă în contextul organizațional, inclusiv relația între performanță și recompense.

	recompensele directe și indirecte. C27. Compensații și beneficii „verzi” pentru angajați. C28. Formele de salarizare.	A22. Măsurarea eficienței recompenselor angajaților. A23. Implementarea politicii de beneficii care promovează un stil de viață sustenabil pentru angajați. A24. Identificarea sistemului de recompense utilizat în Republica Moldova.
--	---	--

Competența profesională 8: Organizarea activității de marketing și promovarea afacerii

Unități de competență	Obiectivele de evaluare	
	<i>Candidatul va demonstra că posedă următoarele cunoștințe:</i>	<i>Candidatul va demonstra că posedă următoarele abilități:</i>
<i>UC 1. Analiza conceptului de marketing și aplicarea principiilor acestuia în sectorul IMM.</i>	C1. Apariția și dezvoltarea marketingului. C2. Marketingul: concept, funcții și principii. C3. Particularitățile marketingului în IMM. C4. Aspecte ale digitalizării marketingului în IMM.	A1. Identificarea noțiunilor-cheie ale marketingului. A2. Integrarea funcțiilor și principiilor de marketing în contexte reale de activitate. A3. Determinarea particularităților marketingului în IMM. A4. Distingerea particularităților marketingului digital în IMM.
<i>UC2. Evaluarea dimensiunilor pieței prin prisma indicatorilor de marketing.</i>	C5. Conținutul și tipologia piețelor întreprinderilor. C6. Dimensiunile pieței întreprinderii. C7. Căi de extindere a pieței întreprinderii. C8. Segmentarea pieței.	A5. Exemplificarea tipurilor de piață ale întreprinderii. A6. Identificarea principalelor componente ale pieței și explicarea influenței acestora asupra tranzacțiilor economice. A7. Calcularea indicatorilor de evaluare a dimensiunilor pieței. A8. Descrierea unui segment de piață al întreprinderii.
<i>UC3. Utilizarea tehnicilor de colectare și analiză a datelor despre consumatori,</i>	C9. Conținutul și tipologia cercetărilor de marketing.	A9. Definirea și explicarea conceptului de cercetare de marketing.

<i>concurență și tendințele pieței, în vederea fundamentării deciziilor strategice ale firmei.</i>	C10. Organizarea și desfășurarea cercetărilor de marketing. C11. Metode și tehnici de cercetare în marketing. C12. Scalarea rezultatelor cercetării de marketing.	A10. Identificarea și clasificarea tipurilor de cercetări de marketing. A11. Organizarea și desfășurarea cercetărilor de marketing. A12. Aplicarea tehnicilor de colectare a datelor: interviurile, sondajele și observația. A13. Interpretarea și analiza datelor colectate prin diverse metode. A14. Utilizarea tehnicilor de scalare pentru măsurarea percepțiilor consumatorilor.
<i>UC4. Analiza principalelor componente ale politicii de marketing (produs, preț, distribuție și promovare) pentru dezvoltarea unor strategii adaptate cerințelor pieței și obiectivelor organizației.</i>	C13. Mixul de marketing – instrument de promovare a politicii de marketing a întreprinderii. C14. Strategii de produs. C15. Strategii de preț. C16. Strategii de distribuție. C17. Strategii de promovare. C18. Strategii de piață. C19. Strategii de marketing digital. C20. Strategii de marketing sustenabil și verde.	A15. Identificarea și analiza celor „4P” ai mixului de marketing (produs, preț, plasament, promovare). A16. Elaborarea și implementarea strategiilor de dezvoltare și diferențiere a produselor. A17. Stabilirea strategiilor de preț în funcție de cerințele pieței și comportamentul consumatorului. A18. Aplicarea tehnicilor de determinare a prețurilor pe baza analizei cost-beneficiu și a factorilor externi. A19. Analiza canalelor de distribuție și alegerea celor mai eficiente pentru maximizarea accesibilității produselor. A20. Implementarea diverselor forme de publicitate și promovare, inclusiv marketingul tradițional și digital. A21. Utilizarea instrumentelor și platformelor digitale pentru

		promovarea produselor și serviciilor.
UC5. <i>Implementarea strategiilor de marketing relațional.</i>	C21. Relația cu clienții – abordarea de marketing. C22. Managementul relațiilor cu clienții. C23. Strategii și tactici de marketing relațional în atragerea, retenția și recâștigarea clienților.	A22. Identificarea celor mai eficiente strategii în relațiile cu clienții. A23. Evaluarea comportamentelor și preferințelor consumatorilor pentru a ajusta ofertele și strategiile de marketing ale IMM-urilor. A24. Elaborarea bazei de date a clienților conform parametrilor specificați. A25. Planificarea activităților de marketing relațional.
UC6. <i>Organizarea activităților de marketing la nivel de subdiviziune și întreprindere.</i>	C24. Rolul și locul activității de marketing în cadrul întreprinderii. C25. Atribuțiile și sistemul de relații ale compartimentului de marketing. C26. Modalități de organizare a activității de marketing în cadrul întreprinderii. C27. Organizarea internă a compartimentului de marketing din cadrul întreprinderii.	A26. Argumentarea rolului activității de marketing în cadrul întreprinderii. A27. Descrierea atribuțiilor compartimentului de marketing și ale specialistului de marketing. A28. Schițarea organigramei subdiviziunii de marketing a întreprinderii. A29. Organizarea eficientă a activităților de marketing în funcție de obiectivele întreprinderii și resursele disponibile.

Competența profesională 9: Gestiunea economico-financiară a afacerii

Unități de competență	Obiectivele de evaluare	
	<i>Candidatul va demonstra că posedă următoarele cunoștințe:</i>	<i>Candidatul va demonstra că posedă următoarele abilități:</i>
UC1. <i>Analiza indicatorilor rezultatelor financiare și a ratelor de rentabilitate în dinamică.</i>	C1. Analiza dinamicii și structurii profitului (pierderii) până la impozitare. C2. Analiza factorială a profitului (pierderii) din activitatea operațională.	A1. Operarea cu indicatorii de profit reflectați în situațiile financiare. A2. Calcularea în mod analitic a profitului brut, profitului până la impozitare, profitului net, profitului din activitatea

	C3. Analiza indicatorilor rentabilității activelor și a rentabilității capitalului.	operațională și din alte activități. A3. Aprecierea dinamicii indicatorilor de rentabilitate în baza datelor <i>Bilanțului</i> și <i>Situației de profit și pierdere</i> . A4. Evidențierea rezervelor existente la entitate privind sporirea indicatorilor de profit și a rentabilității.
UC2. <i>Evaluarea gestiunii patrimoniului și a surselor de finanțare ale entității.</i>	C4. Aprecierea generală a mărimii și evoluției patrimoniului entității la valoarea reală și a surselor de finanțare a acestora. C5. Analiza ratelor de rotație a activelor. C6. Aprecierea generală a creanțelor și datoriilor curente. C7. Analiza expresă a lichidității.	A5. Aprecierea componenței și structurii patrimoniului entității la valoarea contabilă și a surselor de finanțare a acestora. A6. Determinarea valorii indicatorilor de rotație a activelor. A7. Examinarea modului de evaluare generală a dinamicii creanțelor și datoriilor curente. A8. Evidențierea rezervelor interne privind sporirea eficienței activității și accelerarea rotației activelor la entitate.
UC3. <i>Aprecierea impactului evoluției fluxurilor de numerar asupra performanței financiare a unei entități.</i>	C8. Aprecierea generală a fluxurilor de numerar. C9. Analiza structurală a fluxurilor de numerar.	A9. Aprecierea generală a fluxurilor de numerar. A10. Ilustrarea modului de analiză structurală a fluxurilor de numerar.

IV. Atitudini specifice predominante de care trebuie să dea dovadă candidatul

1. Corectitudine și coerență a limbajului specific calificării.
2. Abordare critică și creativă a sarcinilor.
3. Atenție și concentrare în realizarea sarcinilor.
4. Reziliență la stres.
5. Inițiativă și perseverență.
6. Responsabilitate în luarea deciziilor.
7. Flexibilitate și adaptabilitate la schimbări/ situații imprevizibile.

V. Resurse bibliografice destinate candidaților

Nr. crt.	Denumirea resursei	Locul în care poate fi consultată/ accesată/ procurată resursa
1.	Legea R.M.cu privire la întreprinderile mici și mijlocii, nr. 179 din 21.07.2016, publicată în Monitorul oficial nr. 306-313, data intrării în vigoare 16.12.2016	Online: http://lex.justice.md/md/366638/
2.	Legea R.M. cu privire la publicitate nr. 1227-XIII din 27.06.97, Monitor oficial din 16.10.97	Biblioteca CEEF online
3.	Legea cu privire la antreprenoriat și întreprinderi, nr. 845-XII din 03.01.1992. În: Monitorul Oficial nr. 2, 1994	Online: http://lex.justice.md/
4.	Armstrong M. <i>Managementul resurselor umane</i> . Manual de practică, CODECS, 2003	https://bibliotecamm.ebibliophil.ro/mon/managementul-resurselor-umane-manual-de-practica-ykn85m72
5.	Băieșu M. <i>Prelegeri pentru disciplina Managementul resurselor umane</i> . Chișinău: Editura ASEM, 2000	Biblioteca CEEF
6.	<i>Bazele antreprenoriatului. Suport de curs și auxiliare didactice</i> . Chișinău: Centrul pentru Educație Antreprenorială și Asistență în Afaceri. 2013-2017	http://www.ceda.md
7.	Bîrcă A. <i>Managementul resurselor umane</i> . Chișinău: Editura ASEM, 2005	Biblioteca CEEF
8.	Bîrcă A., Baieșu M., Abramihin C. <i>Managementul resurselor umane</i> . Abordare aplicativă. Chișinău: Editura ASEM, 2013	Biblioteca CEEF
9.	Bădescu A., Mirci C. <i>Managementul resurselor umane. Manualul profesionistului</i> . Timișoara: Editura Brumar, 2008	Biblioteca CEEF
10.	Blajin A., Rojcov M. <i>Managementul resurselor umane</i> . Chișinău, 2015	Biblioteca CEEF
11.	Burlacu N., Graur E. <i>Bazele managementului</i> . Chișinău: Editura ASEM, 2006	Biblioteca CEEF
12.	Botezatu A. <i>Marketing. Aplicații practice</i> . Chișinău: Editura Totex-Lux, 2018	Biblioteca CEEF
13.	Brîndușoiu C. N. <i>Recrutarea și selecția angajaților</i> . București: Editura ASE, 2012	Biblioteca CEEF
14.	Cotelnic A. <i>Managementul producției și operațiunilor</i> . Manual. Chișinău: ASEM.2022	Biblioteca IP CEEF

15.	Crețu I., Oberșt A. <i>Managementul resurselor umane. Note de curs</i> . Chișinău: Editura Tehnica-UTM, 2020	https://repository.utm.md/bitstream/handle/5014/15123/ManagmResurselorUmane_NoteCurs_DS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
16.	Cruceru A. F. <i>Tehnici promoționale</i> . București: Editura Uranus, 2009	Biblioteca CEEF
17.	<i>Ghidul Antreprenorilor Mici din Moldova</i> . Chișinău: Alianța Întreprinderilor Mici din Moldova, 2020	http://sme.md/ghid/
18.	Dinu R. <i>Marketing Digital – Ghidul complet pentru începători</i> , 2022	https://smarters.ro/grow/marketing-online/
19.	Fotea I., Neagoe D., Malancea I. <i>Cercetări de marketing</i> . Ediția I-a. București: Editura Economică, 2019	Biblioteca IP CEEF
20.	Godin S. <i>Asta înseamnă marketingul</i> . Ediția I-a. București: Editura Publica, 2019	https://www publica.ro/seth-godin-asta-inseamna-marketing.html
21.	Grigoraș M., Movileanu V. <i>Marketingul micilor afaceri</i> . Chișinău: UPS „I. Creangă”, 2024	Biblioteca IP CEEF
22.	Iordache I. <i>Managementul riscului și tehnici de evaluare a riscului</i> . Ghid ilustrat, 2022	https://ioniordache.com/wp-content/uploads/2022/12/MANAGEMENTUL-RISULUI-SI-TEHNICI-DE-EVALUARE-A-RISULUI.pdf
23.	Jalencu M. <i>Managementul resurselor umane</i> . Chișinău, 2003	Biblioteca CEEF
24.	Lazăr I., Lazăr P. S. <i>Management general</i> . Alba Iulia: Editura STAR SOFT, 2000	Biblioteca CEEF
25.	Manole V., Stoian M., Sorocean C., <i>Marketing</i> . București: Editura ASE, 2004	Biblioteca CEEF
26.	Miclăuș I. M., Miclăuș M. M. <i>Management general</i> , 2007	Online: http://academiacomerciala.ro/cursuri/Finante%20si%20Banci//An%20I/Management%20general//Management%20General.pdf
27.	Munteanu V. coordonator. <i>Marketing pentru toți</i> . Chișinău, 1998	Biblioteca CEEF
28.	Nicolescu O. <i>Management</i> . București: Editura Economica, 1997	Biblioteca CEEF
29.	Kotler Ph. <i>Managementul marketingului</i> . București: Editura Teora, 2008	Biblioteca CEEF
30.	Olaru S. <i>Marketing</i> . Teorie și aplicații. București: Editura LuminaLex. 2006	Biblioteca CEEF

31.	Opre A. <i>Coaching managerial. Coaching cognitiv-comportamental în organizații. Antrenamentul eficienței raționale</i> . Cluj-Napoca: Editura ASCR, 2007	Biblioteca CEEF
32.	Palade G., Botezatu A., Șargo A. <i>Marketing. Curs pentru elevii din învățământul profesional tehnic</i> . Chișinău: Editura Labirint, 2017	Biblioteca CEEF
33.	Palade G., Botezatu A., Șargo A. <i>Bazele managementului</i> . Chișinău: Editura Labirint, 2017	Biblioteca CEEF
34.	Petrovici S., Muștuc S., Golovco V. <i>Marketing. Curs universitar</i> . Chișinău: Editura ASEM, 2008	Biblioteca CEEF
35.	Pânișoară O. <i>Managementul resurselor umane</i> . Iași: Editura Polirom, 2004	Biblioteca CEEF
36.	Raboca H. M. <i>Curs de marketing</i> . 2011	Online: http://www.apubb.ro/wp-content/uploads/2011/02/Marketing_suport_de_curs.pdf
37.	Republica Moldova GHIDUL INVESTITORULUI, 2025	https://invest.gov.md/wp-content/uploads/2025/04/Investor-Guide_Republic-of-Moldova_PwC_Romanian_30.04.25.pdf
38.	<i>Marketing. Note de curs</i> . Academia Navală „Mircea cel Bătrân”. Constanța, 2008	Online: http://www.uuooi.org/english/UserFiles/File/bna10001_Marketing.pdf
39.	SĂNIUȚA A. <i>Marketingul inovațiilor în retail</i> . București: ProUniversitaria, 2021	https://www.libris.ro/pdf?_pid=24618762&for=Marketingul+inovatiilor+in+retail+-+Dr.+Adina+Saniuta
40.	Sârbu V., Stratu O. <i>Analiza economico-financiară</i> . Chișinău: Valinex SRL, 2016, 286 p.	Biblioteca IP CEEF
41.	Stihi L. <i>Managementul riscurilor în afaceri</i> . Chișinău: ASEM, 2010	Biblioteca IP CEEF
42.	Șargo A. <i>Managementul resurselor umane. Note de curs</i> . Chișinău: CEEF, 2019	Biblioteca CEEF
43.	Vancea S. <i>Managementul resurselor umane. Note de curs</i> . Târgu Mureș: Editura Dimitrie Cantemir, 2016	Biblioteca CEEF
44.	Zaharia V., Dogaru M., David E. <i>Marketingul micilor afaceri</i> . Ediția I-a. București: Editura Universitară, 2017	https://www.editurauniversitara.ro/stiinte_economice-3/marketingul-micilor-afaceri.html