

FISA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea "Artifex" din București
1.2 Facultatea	Management-Marketing
1.3 Departamentul	Management-Marketing
1.4 Domeniul de studii	Marketing
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Marketing și Comunicare în Afaceri
1.7 Forma de învățământ	IF (Învățământ cu Frecvență)
1.8 Limba de studiu	Română
1.9 Anul universitar	2022-2023

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Corespondență și comunicare în afaceri (în limba engleză)								
2.2 Codul disciplinei	MKCA 0231OC1202								
2.3 Titularul activităților de curs	lector univ.dr. Vasile Veronica								
2.4 Titularul activităților de seminar	lector univ.dr. Vasile Veronica								
2.5 Anul de studiu	I	2.6 Semestrul	2	2.7 Tipul de evaluare (E - examen / V - verificare / C - colocviu)	V	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, A - opțională, F - facultativă)	O	2.9 Numărul de credite ECTS	6

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar / laborator	1
3.4 Numărul de săptămâni	14				
3.5 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.6 curs	14	3.7 seminar / laborator	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					38
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat / Consultații					2
Examinări					2
Alte activități:					
3.7 Total ore studiu individual			122		
3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)			150		

4. Pre-condiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Cunoștințe de bază (elementare) privitoare la domeniul economic / mediul de afaceri.
4.2 de competențe	Nivel minim B1 al competențelor de limbă străină

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	• Sală de clasă (laborator de limbi străine) dotată cu tablă, calculatoare și acces la internet;
-------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Studenții își vor închide telefoanele mobile în timpul orei de curs; • Studenții vor avea asupra lor diverse materiale didactice (puse la dispoziție în prealabil de către profesor)
5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> • Sală de clasă (laborator de limbi străine) dotată cu tablă, calculatoare și acces la internet; • Studenții își vor închide telefoanele mobile în timpul orei de curs; • Studenții vor avea asupra lor diverse materiale didactice (puse la dispoziție în prealabil de către profesor) • Prezența <i>activă</i> la orele de seminar.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C4. Relaționarea eficientă cu diferite categorii de parteneri de afaceri, care să faciliteze tranzacțiile comerciale (4 puncte de credit)</p> <p>C4.1 Identificarea și definirea conceptelor și teoriilor, metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în <i>comunicarea și relația cu partenerii de afaceri</i>; (0,8 puncte de credit)</p> <p>C4.2 Explicarea și algoritimizarea etapelor specifice relațiilor de afaceri; (0,8 puncte de credit)</p> <p>C4.3 Rezolvarea de <i>probleme specifice comunicării</i> și derulării relațiilor cu diferitele <i>categorii de public</i> ale organizațiilor; (0,8 puncte de credit)</p> <p>C4.4 <i>Evaluarea critică</i> a conținutului și semnificației unor proiecte / programe în comunicarea și relaționarea organizațiilor cu diferitele categorii de public; (0,8 puncte de credit)</p> <p>C4.5 <i>Comunicarea eficientă</i> a proiectelor, planurilor și strategiilor de marketing către partenerii de afaceri și categorii de public. (0,8 puncte de credit)</p>
Competențe transversale	<p>CT1 Aplicarea valorilor și eticii profesiei și executarea responsabilă a unor sarcini profesionale complexe, în condiții de <i>autonomie și independență profesională</i>, promovarea raționamentului <i>logic</i>, a aplicabilității <i>practice</i>, a evaluării și <i>auto-evaluării</i> în luarea deciziilor (1 punct de credit)</p> <p>CT3 <i>Auto-evaluarea și diagnoza nevoii de formare continuă</i>, pentru a crea premisele de progres în carieră și <i>adaptarea</i> la dinamica contextului social și a mediului economic (1 punct de credit)</p>

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Formarea de specialiști înzestrați cu competențele necesare <i>comunicării de marketing, tehnici de negociere, etc.</i> , în vederea <i>relaționării</i> optime cu <i>clienții</i> și cu <i>partenerii de afaceri</i> , în mediul economic național și <i>intercultural</i> (european)	
7.2 Obiectivele specifice	Cunoștințe:	<p>R.1.1: Absolventul cunoaște și înțelege <i>limbajul</i> aferent domeniului (marketing și relații cu clienții și partenerii de afaceri), în limbile română și engleză</p> <p>R.1.2: Absolventul înțelege corect diferite <i>tipuri de mesaje (orale și scrise)</i> în limba engleză și este capabil să extragă <i>informația esențială / relevantă</i> dintr-un material studiat (folosind diferite tehnici de citire / ascultare)</p> <p>R.1.3: Absolventul identifică (într-un mesaj <i>audiat / citit</i>) diverse informații, atitudini și opinii și este capabil să discearnă între <i>informație și opinie</i></p>
	Aptitudini:	<p>R.1.1: Absolventul aplică în mod corect și logic regulile gramaticale de bază ale limbii engleze, pentru a se exprima inteligibil și corect</p> <p>R.1.2: Absolventul este capabil să confirme înțelegerea mesajului prin intermediul unor <i>comentarii</i> personale, precum și să inițieze și să participe la <i>conversații</i> pe teme cotidiene și profesionale</p> <p>R.1.3: Absolventul poate să comunice eficient <i>informații</i>, să susțină diverse <i>idei</i> și să exprime <i>opinii</i> (acord, <i>dezacord</i>, critici și sugestii) în limba engleză (atât <i>monologic</i>, cât și <i>dialogic</i>), în <i>situații specifice</i> vieții profesionale (ședințe, întâlniri, negocieri, conversații telefonice și față în față, corespondența de afaceri, etc), fără a leza demnitatea și dreptul la opinie al interlocutorilor (inclusiv într-un context <i>multi-cultural</i>)</p> <p>R.1.4: Absolventul este capabil să planifice și să organizeze ședințe / întâlniri de</p>

		afaceri (în cadrul companiei și în afara acesteia), să stabilească ordinea de zi și să conducă (să prezideze) o ședință, să redacteze procesul verbal, etc R.1.5: Absolventul poate să redacteze un <i>mesaj scris</i> în limba engleză (<i>email / scrisoare</i>), în context profesional, respectând convențiile (regulile) elementare ale corespondenței de afaceri și adaptând <i>stilul / registrul</i> (formal / informal) la situația dată
	Responsabilitate și autonomie	R.1.1: Absolventul selectează și utilizează în conversație expresiile cele mai adecvate în funcție de <i>situația</i> (contextul) <i>de comunicare</i> și își adaptează <i>discursul</i> la particularitățile interlocutorilor (face distincția între <i>stilul formal</i> și <i>informal</i> , etc) R.1.2: Absolventul identifică și rezolvă <i>problemele</i> și <i>blocajele</i> inerente comunicării și relațiilor interumane (de afaceri), folosind <i>tactici</i> și <i>strategii</i> pragmatice specifice (repetiție, clarificare, reformulare, solicitarea de explicații și clarificări, politețe, <i>stil indirect</i> , etc) R.1.3: Absolventul evaluează în mod realist propriile <i>competențe socio-lingvistice</i> în contextul obiectivelor sale profesionale și ia măsuri eficiente de corectare și <i>auto-perfecționare</i> (prin studiu individual, formare continuă, etc) R.1.4: Absolventul își folosește abilitățile de comunicare și competențele lingvistice dobândite în procesul de <i>relaționare și comunicare eficientă cu partenerii de afaceri</i> și cu diferitele <i>categorii de public</i> ale organizațiilor, precum și în vederea elaborării și implementării strategiilor și proiectelor de marketing, etc

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Corespondență de afaceri (noțiuni de bază) - convențiile de bază privind redactarea unui mesaj scris în limba engleză (formule introductive și de încheiere, organizarea textului, etc) - diferența dintre scrisoare și email (adrese, dată, etc) - tipuri de scrisori (comerciale) - diferențe de stil (formal / informal)	citire și interpretare	2 ore	2 (Cap. 2)
Branding - activități de marketing și publicitate; - sloganuri și sigle ale companiilor; - funcții și responsabilități în marketing; - <u>limbaj funcțional</u> : exprimarea <i>opiniilor</i> (prezentarea ideilor proprii)	citire și interpretare, exerciții de vocabular (metoda inductivă)	2 ore	1 (Cap. 1)
Cercetarea de piață - profilul clientului tipic; - colectarea de date (cantitative și calitative); - sondajul (telefonice); - <u>limbaj funcțional</u> : schimbul de <i>opinii</i> (exprimarea acordului și <i>dezacordului</i>)	citire și interpretare, exerciții de vocabular (metoda inductivă)	2 ore	1 (Cap. 2) 2 (Cap. 2)
Planul de marketing - planul de marketing și mix-ul de marketing (cei 4 P); - strategii de stabilire a prețului și poziționarea pe piață; - <u>limbaj funcțional</u> : email-uri și prezentări	citire și interpretare, exerciții de vocabular (metoda inductivă)	2 ore	1 (Cap. 3)
Modele în publicitate - canale de publicitate;	citire și interpretare, exerciții de vocabular	2 ore	1 (Cap. 4)

- modelul AIDA (Atenție, Interes, Dorință, Acțiune); - colaborarea cu o agenție de publicitate; - <u>limbaj funcțional</u> : <i>feedback</i> (reacții pozitive și negative / <i>critici</i>)	(metoda inductivă)		
Instrumente de marketing - canale de distribuție; - tele-marketing și marketing direct; - tipuri de <i>retaileri</i> , tipuri de <i>discount</i> ; - <u>limbaj funcțional</u> : conversații <i>telefonice</i> ; <i>mailing</i> direct (contactarea clientului)	citire și interpretare, exerciții de vocabular (metoda inductivă)	2 ore	1 (Cap. 5) 2 (Cap. 2)
Relații publice - mijloace de promovare a companiei (<i>newsletter</i> , <i>pagini web</i> , comunicate de presă, conferințe de presă, sponsorizări, etc); - obținerea recomandărilor de la clienți; - <u>limbaj funcțional</u> : redactarea unui <i>anunț</i> , a unui <i>comunicat de presă</i> , a unui mesaj de <i>felicitare</i> (de sărbători, etc)	citire și interpretare, exerciții de vocabular (metoda inductivă)	2 ore	1 (Cap. 6)
TOTAL		14 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Gore, Sylee, 2007 - *Oxford Express Series: English for Marketing & Advertising*, Oxford University Press (Units 1-6)

2. Vasile, V., 2013 – *English for Business & Commercial Communication*, Editura Standardizarea

Bibliografie suplimentară:

3. Brookes, Michael; Horner, David – *Business English (Engleza pentru afaceri)*, ed. Teora, Buc., 1997 (pag. 92-104 – *Advertising & Marketing*)

4. Dayan, A.; Lindsay, W.H.; Janakiewicz, A.; Marcheteau, M. – *Engleza pentru marketing și publicitate*, ed. Teora, Buc., 2000 (Units 1 – 20)

5. Hollinger, Alex. – *Test your Business English Vocabulary*, Ed. Universitară, Buc., 2009 (pag. 112-115 – *Marketing & Advertising*)

6. MacKenzie, Ian – *Management and Marketing* (with mini-dictionary), Thomson & Heinle, 1997 (Section 3, pp. 57-100)

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Correspondență de afaceri (noțiuni de bază) - convențiile de bază privind redactarea unui mesaj scris / a unei scrisori în limba engleză (formule introductive și de încheiere, organizarea textului, etc) - diferența dintre scrisoare și email (adrese, dată, etc) - tipuri de scrisori (comerciale) - diferențe de stil (formal / informal)	citire și interpretare, redactarea unor paragrafe	2 ore	3 (Cap. 1)
Tipuri de întâlniri / ședințe - tipuri de ședințe: formale (de consiliu, AGA, etc) și informale (de lucru, etc) - planificarea, confirmarea și re-programarea unei întâlniri / ședințe; vocabular (abrevieri și acronime); - <u>limbaj funcțional</u> : exprimarea <i>scuzelor</i> (pentru absențe, întârzieri, etc); conversația <i>telefonică</i>	citire și interpretare, conversație (Q&As), exerciții de vocabular (metoda inductivă)	2 ore	1 (Cap. 1); 2 (Cap. 2)
Socializarea în afaceri - subiecte de conversație (personală și profesională) în context multi-cultural	citire / ascultare și interpretare, conversație (joc de roluri, Q&As),	2 ore	1 (Cap. 2); 2 (Cap. 2)

- deschiderea unei ședinței / întâlniri de afaceri și enunțarea obiectivelor de pe ordinea de zi (<i>agenda</i>) - <u>limbaj funcțional</u> : prezentări, conversație <i>informală</i> (întrebări și răspunsuri, etc)	exerciții de vocabular (metoda inductivă)		
Desfășurarea unei discuții / întâlniri / ședințe - discuții și puncte de vedere - vocabular (exprimarea cauzei și a efectului) - <u>limbaj funcțional</u> : întreruperi; clarificări și re-formulări	citire / ascultare și interpretare, conversație (joc de roluri, Q&As), exerciții de vocabular (metoda inductivă)	2 ore	1 (Cap. 3); 2 (Cap. 2)
Rezolvarea conflictelor și dezacordurilor - comentarii și contribuții, <i>dezacorduri</i> și critici (în context <i>multi-cultural</i>) - vocabular (limbaj diplomatic / <i>indirect</i>) - <u>limbaj funcțional</u> : exprimarea <i>opiniilor</i> , criticilor, acordului și <i>dezacordului</i> ; <i>sugestii</i> (positive)	citire / ascultare și interpretare, conversație (joc de roluri, Q&As), exerciții de vocabular (metoda inductivă)	2 ore	1 (Cap. 4); 2 (Cap. 2)
Negocierea și supunerea la vot - negocierea, procedura de votare a deciziilor - <u>limbaj funcțional</u> : <i>oferte (propuneri)</i> și <i>contra-oferte</i> (acceptare, refuz, solicitarea unui timp de gândire) - <u>gramatică</u> : discutarea posibilităților / alternativelor (verbe modale, modul condițional)	citire / ascultare și interpretare, conversație (joc de roluri, Q&As), exerciții de vocabular (metoda inductivă)	2 ore	1 (Cap. 5); 2 (Cap. 2)
Încheierea unei discuții / întâlniri / ședințe - încheierea discuției / ședinței, recapitularea rezultatelor și confirmarea deciziilor luate; corespondență (<i>follow-up emails</i>), etc; - procesul verbal (<i>minutes</i>)	citire / ascultare și interpretare, conversație (joc de roluri, Q&As), exerciții de vocabular (metoda inductivă)	2 ore	1 (Cap. 6)
TOTAL		14 ore	
Bibliografie obligatorie: 1. Thomson, Kenneth – <i>English for Meetings</i> (Express Series), Oxford University Press, 2007 2. Vasile, Veronica – <i>English for Business & Commercial Communication</i> , editura Standardizarea, 2013 3. Chiriacescu, A.; Barghiel, V.; Mureșan, L. ; Hollinger, Al. – <i>Corespondența de afaceri în limbile română și engleză</i> , ed. Teora, Buc., 1999 (Cap. 1 – <i>Introd. în corespondența de afaceri</i>) Bibliografie suplimentară: 4. Brookes, Michael; Horner, David – <i>Business English (Engleza pentru afaceri)</i> , editura Teora, București, 1997 (pp. 35-56 – <i>Business Communications</i>) 5. Laws, Anne – <i>Meetings</i> , Summertown Publishing Ltd., 2000 6. Leigh, Judith – <i>Organizing and Participating in Meetings</i> , Oxford Univ. Press, 2002 7. MacKenzie, Ian – <i>Management and Marketing</i> (with mini-dictionary), Thomson & Heinle, 1997			

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Pe parcursul derulării disciplinei, pot fi invitați practicieni pentru prelegeri punctuale.
- Anual, în perioada de analiză a planurilor de învățământ, conținutul disciplinei și oportunitatea introducerii sau înlocuirii unor discipline sunt discutate cu reprezentanții comunității epistemice și cu reprezentanți ai mediului de afaceri din diverse domenii de activitate, inclusiv cu reprezentanți din sistemul cooperatist - Uniunea Națională a Cooperăției Mesteșugărești (UCECOM), în vederea adaptării la cerințele acestora și la cele ale pieței muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală

10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Înțelegerea și interpretarea corectă a cerințelor și mesajelor / textelor (de diverse tipuri) în limba engleză; ▪ Capacitatea de înțelegere și prelucrare a informației (analiză și sinteză); ▪ Cunoașterea terminologiei de specialitate aferente tematicii studiate (în limba engleză); ▪ Aspecte atitudinale: seriozitate, interes pentru studiul individual și implicare în activitatea de cercetare științifică 	Examen scris în sesiunea de examene.	50 %
10.5 Seminar / laborator	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prezența și participarea activă la seminar (discuții, activități de grup); ▪ Înțelegerea și interpretarea corectă a cerințelor și mesajelor / textelor (de diverse tipuri) în limba engleză; ▪ Exprimarea liberă (corectă și fluentă), atât oral, cât și în scris, în limba-țintă (engleză); ▪ Coerența logică în exprimare și argumentare; ▪ Capacitatea de înțelegere și prelucrare a informației (analiză și sinteză); ▪ Cunoașterea terminologiei de specialitate aferente tematicii studiate (în limba engleză). 	Testarea continuă pe parcursul semestrului	20 %
		Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte	30%
10.6 Standarde minime de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • obținerea notei minime 5 la <i>examenul final / proba de verificare finală</i>; • participarea la minim 1/2 din seminarii; • realizarea temelor scrise / proiectelor, în timp util (dacă este cazul); • însușirea unui <i>vocabular minimal</i> specific tematicii studiate (inclusiv <i>limbaj funcțional</i>); • exprimarea <i>inteligibilă și coerentă</i> în limba străină (<i>oral și în scris</i>). 			

Data completării: **22.09.2022**

Semnătura titularului de *curs*,
Lector univ.dr. Vasile Veronica

Semnătura titularului de *seminar*,
Lector univ.dr. Vasile Veronica

.....

.....

Data avizării în departament: 30.09.2022

Avizat,

Semnătura directorului de departament,
Conf.univ.dr. Sorin Gabriel GRESOI

Responsabil program de studii,
Conf.univ.dr. Andrei BUIGA

.....

.....

Data aprobării în Consiliul facultății 30.09.2022

Semnătura Decan,
Conf.univ.dr. Anca Mihaela MELINCEANU

.....