

FIȘA 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	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea ¹	Marketing
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	Comunicare în afaceri în limba străină (engleză)								
2.2 Codul disciplinei	0231 OC 3106.1								
2.3 Titularul activităților de curs	lector univ. dr. Marcela Ganea								
2.4 Titularul activităților de seminar	lector univ. dr. Marcela Ganea								
2.5 Anul de studiu	III	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare (E - examen / V - verificare / C - colocviu)	E	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, A - opțională, F - facultativă)	O	2.9 Numărul de credite ECTS	5

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:	2	3.3 seminar / laborator	2
		3.2 curs			
3.4 Numărul de săptămâni	14				
3.5 Total ore din planul de învățământ	56	din care:	28	3.7 seminar / laborator	28
		3.6 curs			
Distribuția fondului de timp:					<i>ore</i>
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					17
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					10
Examinări					2
Alte activități:					
3.7 Total ore studiu individual			69		
3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)			125		

4. Pre-condiții (acolo unde este cazul)

¹ Management / Marketing / Economia comerțului, turismului și serviciilor / Finanțe și bănci / Contabilitate și informatică de gestiune / Management organizațional / Marketing și comunicare în afaceri / Administrarea afacerilor în comerț, turism și servicii / Management financiar-bancar și de asigurări / Managementul sistemului informațional financiar-contabil

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	<ul style="list-style-type: none"> • Sală de clasă (laborator de limbi străine) dotată cu tablă, calculatoare și acces la internet • Studenții vor avea asupra lor diverse materiale didactice (puse la dispoziție în prealabil de către profesor) • Studenții își vor închide telefoanele mobile în timpul orei de curs
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 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>C3 Culegerea, analiza și interpretarea informațiilor de marketing privind organizația și mediul său (1/5 punct de credit)</p> <p>C3.1 <i>Definirea mediului</i> organizației, identificarea și descrierea principalelor variabile ale acestuia</p> <p>C3.2 <i>Interpretarea</i> impactului variabilelor de mediu asupra activității organizației</p> <p>C3.3 <i>Identificarea și selectarea</i> factorilor care influențează funcționarea organizației</p> <p>C3.4 <i>Evaluarea și calificarea</i> factorilor care influențează funcționarea organizației</p> <p>C3.5 Elaborarea unui proiect de analiză a mediului de marketing al organizației în funcție de specificul pieței</p> <p>C5 Utilizarea tehnicilor de vânzare (1/5 punct de credit)</p> <p>C5.1 <i>Definirea</i> tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de <i>comunicare</i></p> <p>C5.2 <i>Explicarea</i> tehnicilor de vânzare și a utilizării instrumentelor specifice de <i>comunicare</i></p> <p>C5.3 <i>Aplicarea</i> tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de <i>comunicare</i></p> <p>C5.4 <i>Analiza și evaluarea</i> tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de <i>comunicare</i></p> <p>C5.5 Proiectarea programului de <i>comunicare</i> în vânzări</p> <p>C6 Organizarea activităților de marketing în cadrul organizației (1/5 punct de credit)</p> <p>C6.1 Identificarea și definirea rolului <i>departamentului de marketing</i> în cadrul organizației</p> <p>C6.2 Explicarea principalelor atribuții și activități ale departamentului de marketing</p> <p>C6.3 Aplicarea principiilor și metodelor de bază pentru organizarea activităților de marketing</p> <p>C6.4 Analiza și evaluarea critică a activităților în cadrul departamentului de marketing</p> <p>C6.5 Propunerea modalităților de creștere a eficienței organizării activităților de marketing</p>
Conținuturi trans-versale	<p>CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o <i>echipă pluri-specializată</i> și aplicarea de <i>tehnici de relaționare</i> și muncă <i>eficientă</i> în cadrul echipei (1/5 punct de credit)</p> <p>CT3 Identificarea oportunităților de <i>formare continuă</i> și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru <i>propria dezvoltare</i> (1/5 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</i> , în vederea <i>utilizării</i> optime a tehnicilor de vânzare și a desfășurării activităților de marketing în cadrul organizației	
7.2 Obiectivele specifice	Cunoștințe:	<p>R.1.1: Absolventul cunoaște și înțelege <i>limbajul</i> aferent domeniului (marketing și relații cu clienții), 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 audiat / citit) diverse</p>

		<p>informații, atitudini și opinii și este capabil să discearnă între <i>informație și opinie</i></p> <p>R.î.4: Absolventul identifică și înțelege corect <i>tehnicile de vânzare</i> și instrumentele specifice de <i>comunicare</i> în cadrul organizației din care face parte</p>
	Aptitudini:	<p>R.î.1: Absolventul aplică în mod <i>corect și logic regulile gramaticale</i> de bază ale limbii engleze, pentru a se exprima inteligibil și corect</p> <p>R.î.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.î.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 (întâlniri, negocieri, <i>conversații telefonice</i> și față în față, <i>corespondența de afaceri</i>, etc)</p> <p>R.î.4: Absolventul poate să redacteze un <i>mesaj scris</i> în limba engleză (<i>email / scrisoare</i>), în context profesional, respectând convențiile (regulile) elementare ale <i>corespondenței de afaceri</i> și adaptând <i>stilul / registrul</i> (formal / <i>informal</i>) la situația dată</p> <p>R.î.5: Absolventul <i>evaluează critic și aplică în mod corect tehnicile de vânzare</i> și instrumentele specifice de <i>comunicare</i> în cadrul organizației din care face parte</p> <p>R.î.6: Absolventul este capabil să culeagă, să analizeze și să interpreteze eficient <i>informațiile de marketing</i> privind organizația și mediul său</p>
	Responsabilitate și autonomie:	<p>R.î.1: Absolventul selectează și utilizează în <i>conversație</i> expresiile cele mai adecvate în funcție de <i>situația</i> (contextul) de <i>comunicare</i> și își adaptează <i>discursul</i> la particularitățile interlocutorilor (face distincția între <i>stilul formal și informal</i>, etc)</p> <p>R.î.2: Absolventul identifică și rezolvă <i>problemele și blocajele</i> inerente comunicării și relațiilor interumane (de afaceri), folosind <i>tactici și strategii</i> pragmatice specifice (repetiție, clarificare, reformulare, solicitarea de explicații și clarificări, politețe, <i>stil indirect</i>, etc)</p> <p>R.î.3: Absolventul <i>evaluează în mod realist propriile competențe socio-lingvistice</i> în contextul obiectivelor sale profesionale și ia măsuri eficiente de <i>corectare și autoperfecționare</i> (prin studiu individual, etc)</p> <p>R.î.4: Absolventul își folosește abilitățile de <i>comunicare</i> și competențele lingvistice dobândite în procesul de <i>relaționare și comunicare eficientă cu clienții</i> organizației, precum și în vederea elaborării și implementării <i>strategiilor și proiectelor specifice de marketing</i></p>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Marketing & Publicitate <ul style="list-style-type: none"> - segment de piață vs. cotă de piață - <i>branding</i> - strategii de marketing - mix-ul de marketing (cei 4 P) 	citire și interpretare (<i>reading comprehension</i>), exerciții de vocabular (metoda inductivă)	10 ore	1 (Cap. 7) 3 (Cap. 6)

Marketing - tehnici de cercetare a pieței - strategii de marketing și promovare (<i>direct mail marketing, cold calling, etc</i>)	citire / ascultare și interpretare (<i>reading and listening comprehension</i>), exerciții de vocabular (metoda inductivă)	10 ore	1 (Cap. 7) 2 (Cap. 46) 4 (Cap. 13)
Publicitatea produselor și a companiilor - publicitatea în media (tipurile de media) - campania publicitară - sloganul publicitar - reclama televizată (<i>commercial</i>)	citire / ascultare și interpretare (<i>reading and listening comprehension</i>), exerciții de vocabular (metoda inductivă)	8 ore	1 (Cap. 7) 2 (Cap. 47) 4 (Cap. 14, 15)
TOTAL		28 ore	

Bibliografie obligatorie:

- Vasile, Veronica – *English for Business & Commercial Communication*, editura Standardizarea, 2013 (Chap. 7 – *Marketing & Advertising*)
- Hollinger, Al. – *Test Your Business English Vocabulary*, Ed. Universitară, București, 2009 (Units 46, 47)
- Brookes, Michael; Horner, David – *Business English* (Engleza pentru afaceri), ed. Teora, 1997 (Cap. 6 – *Advertising and Marketing*)

Bibliografie suplimentară:

- Tullis, Graham & Trappe, Tonya – *New Insights into Business (Textbook)*, Longman (Pearson Education Ltd.), 2004 (Unit 13, 14, 15)

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Marketing - limbajul comparației - vocabular (adjective compuse)	conversație (Q&As), (discuții, <i>pairwork / groupwork</i>), jocuri de rol (<i>role-plays</i>)	10 ore	1 (Cap. 7) 2 (Cap. 46) 4 (Cap. 13)
Publicitatea produselor și a companiilor - produse și reclame (e.g. <i>Coca Cola vs. PepsiCo, Gillette, Sacrilege</i>) - gerunziu vs. infinitiv - verbe cu particulă (<i>phrasal verbs</i>)	conversație (Q&As), (discuții, <i>pairwork / groupwork</i>), jocuri de rol (<i>role-plays</i>)	10 ore	1 (Cap. 7) 2 (Cap. 47) 4 (Cap. 14, 15)
Grammar Review (I) – Fraza condițională - structura frazei condiționale (<i>IF Clauses</i>) - alternanța formelor verbale în fraza condițională (<i>main clause vs. IF clause</i>)	conversație (Q&As), (discuții, <i>pairwork / groupwork</i>), exerciții de gramatică (metoda inductivă)	4 ore	3 (Cap. 6)
Grammar Review (II) – Diateza pasivă - structura propoziției pasive - timpurile verbale la diateza pasivă <i>sens</i> și utilizare (limbaj <i>formal, impersonal, etc</i>)	conversație (Q&As), (discuții, <i>pairwork / groupwork</i>), exerciții de gramatică (metoda inductivă)	4 ore	3 (Cap. 8)
TOTAL		28 ore	

Bibliografie obligatorie:

- Vasile, Veronica – *English for Business & Commercial Communication*, editura Standardizarea, 2013 (Chap. 7 – *Marketing & Advertising*)
- Hollinger, Al. – *Test Your Business English Vocabulary*, Ed. Universitară, București, 2009 (Units 46-47)
- Gălățeanu, Georgiana – *Exerciții de gramatică engleză*, ed. Albatros, 1979 (Cap. 6, 8, 9)

Bibliografie suplimentară:

- Tullis, Graham & Trappe, Tonya – *New Insights into Business (Workbook)*, Longman (Pearson Education Ltd.), 2004 (Unit 13, 14, 15)
- Duckworth, M. – *Oxford Business English (Grammar & Practice)*, Oxford University Press, 1998

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; ▪ 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); ▪ Aspecte atitudinale: seriozitate, interes pentru studiul individual și implicare în activitatea de cercetare științifică. 	Examen <i>scris</i> (în sesiunea de examene) (test tip grilă și subiect liber)	60%
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). 	Evaluarea <i>continuă</i> (pe parcursul semestrului)	20 %
		Participarea <i>activă</i> la seminar și realizarea de teme scrise (exerciții / traduceri / proiecte / eseuri)	20%
10.6 Standard minim 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 cursuri; • 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 scris</i>). 			

Data completării: **22.09.2022**

Semnătura titularului de curs,

Semnătura titularului de seminar,

Lector univ. dr. Marcela Ganea

.....

Lector univ. dr. Marcela Ganea

.....

Data avizării în departament: 30.09.2022

Semnătura directorului de departament,

Conf.univ.dr. Sorin Gabriel GRESOI

.....

Avizat,

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

.....