

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 ¹	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	MASTER
1.6 Programul de studii / Calificarea ²	MARKETING ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI
1.7 Forma de învățământ	IF (Învățământ cu Frecvență)
1.8 Limba de studiu	Română
1.9 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină³

2.1 Denumirea disciplinei	TEHNICI DE COMUNICARE ÎN AFACERI								
2.2 Codul disciplinei	MKCA0231OS1102								
2.3 Titularul activităților de curs	DR. IVAYLO MARINOV								
2.4 Titularul activităților de seminar	DR. IVAYLO MARINOV								
2.5 Anul de studiu	I	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	10

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)⁴

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 timp⁵:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					62
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					62
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					62
Tutoriat					2
Examinări					4
Alte activități: Consultații					2
3.7 Total ore studiu individual				194	
3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)				250	

¹ Management/Marketing/Administrarea afacerilor/Finanțe/Contabilitate

² 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

³ Se vor înscrie informațiile din planul de învățământ

⁴ Se vor înscrie informațiile din planul de învățământ

⁵ Distribuția fondului de timp este responsabilitatea cadrului didactic

4. Precondiții⁶ (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none">• Sală de curs dotată cu laptop, acces la internet, videoproiector și tablă;• Studenții se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile închise;• Nu va fi acceptată întârzierea studenților la curs.
5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none">• Sală de seminar dotată cu tablă, laptop, videoproiector și acces la internet;• Studenții se vor prezenta la seminarii cu telefoanele mobile închise;• Nu va fi acceptată întârzierea studenților la seminar;• Studenții vor avea la dispoziție diverse materiale didactice.

6. Competențele specifice acumulate⁷

Competențe profesionale	<ol style="list-style-type: none">1. utilizeaza tehnici de comunicare2. utilizeaza diferite canale de comunicare3. mentine relatiile cu clientii4. utilizeaza tehnici de consultare
Competențe transversale	<ol style="list-style-type: none">1. ofera consiliere altora2. asigura orientarea catre client

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei⁸	Să formeze absolvenți, specialiști în marketing, pregătiți să își asume roluri manageriale și să ia decizii în organizații (firme, instituții și organizații nonprofit), în contextul societății cunoașterii, al dinamicii pieței românești, europene și mondiale, înzestrați cu competențele necesare comunicării de marketing, care să se poată integra și contribui la echipe și organizații	
7.2 Obiectivele specifice⁹	Cunoștințe:	R.î.1: Absolventul identifică și definește conceptele și teoriile, metodele, tehnicile și instrumentelor utilizate în comunicarea în afaceri R.î.2: Absolventul cunoaște și înțelege conceptele și teoriile economice referitoare la metodele, tehnicile și instrumentele de cercetare în mediul piețelor fizice și din mediul online cu privire la comunicarea în afaceri R.î.3: Absolventul cunoaște, înțelege și explică modalitatea de rezolvare a problemelor specifice comunicării în afaceri și derulării relațiilor cu diferitele categorii de public ale organizațiilor

⁶ Se menționează, acolo unde este cazul, disciplinele necesare a fi fost parcurse anterior în vederea bunei înțelegeri și desfășurării a procesului educațional în cadrul disciplinei, precum și competențele pe care studentul trebuie să și le fi însușit anterior în vederea bunei înțelegeri și desfășurării a procesului educațional în cadrul disciplinei de față

⁷ Se vor prelua informațiile din Grila 2, cu indicarea numărului de credite asociat fiecărui descriptor al competenței

⁸ Va fi derivat din obiectivele programului de studii în al cărui plan de învățământ se regăsește disciplina

⁹ Se enunță clar obiectivele (rezultatele învățării – ceea ce cunoaște, înțelege și este capabil să facă studentul, după parcurgerea disciplinei) ce vor fi atinse în cadrul procesului educațional la disciplina în cauză. Acestea trebuie să fie cuantificabile și formulate acțional în strânsă legătură derivativă cu seturile de competențe pe care le dezvoltă și pornind de la conținutul tematic al cursului. Pentru enunțarea lor se vor folosi preponderent verbe de acțiune. Pentru fiecare componentă în parte, se vor înscrie 3-5 rezultate ale învățării.

	Aptitudini:	<p>R.î.1: Absolventul dezvoltă abilități de rezolvare de probleme specifice comunicării în afaceri și derulării relațiilor cu diferitele categorii de public ale organizațiilor</p> <p>R.î.2: Absolventul analizează, interpretează și poate să explice diferite aspecte referitoare la tehnicile de comunicare eficientă a proiectelor, planurilor și strategiilor de marketing către partenerii de afaceri și categorii de public</p> <p>R.î.3: Absolventul interpretează și dezbate relațiile principale rezultate din rezolvarea de probleme specifice comunicării în afaceri și derulării relațiilor cu diferitele categorii de public ale organizațiilor</p>
	Responsabilitate și autonomie	<p>R.î.1: Absolventul susține abilități argumentative și de fundamentare a deciziilor privind tehnicile de comunicare de marketing;</p> <p>R.î.2: Absolventul stabilește și proiectează modalități de comunicare eficientă a proiectelor, planurilor și strategiilor de marketing către partenerii de afaceri și categorii de public;</p> <p>R.î.3: Absolventul creează un mod propriu de gândire economică care să asigure rezolvarea problemelor specifice comunicării de marketing și derulării relațiilor cu diferitele categorii de public ale organizațiilor.</p>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice ¹⁰
Considerații generale despre comunicare	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	1/ Subcapitolul 2.1
Procesul comunicării - abordare strategică: factori, componente și etape	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	1/ Subcapitolul 2.2
Comunicarea în cadrul relațiilor umane	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	1/ Subcapitolul 2.5
Componentele comunicării: - Data și informația; - Tipuri de informație.	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	4 ore	1/ Subcapitolul 3.1, 3.2
Componentele comunicării - Tipuri de circuite informaționale; - Deficiențele sistemului informațional; - Etapele circuitului informațional.	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	6 ore	1/ Subcapitolul 3.3, 3.5, 3.6
Formele de comunicare și rolul acestora: - Comunicarea verbală; - Exigențe și restricții în comunicarea verbală.	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	6 ore	1/ Subcapitolul 4.1, 4.2

¹⁰ Pentru fiecare temă a cursului se vor indica capitolul/capitolele din lucrarea indicată în bibliografie unde se regăsește tema propusă

Comunicarea non-verbală.	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	4 ore	1/ Subcapitolul 4.3
Curs recapitulativ	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	1
TOTAL		28 ore	
Bibliografie obligatorie¹¹: 1. Mecu D.G. (2014) - <i>Arta negocierii și comunicării în afaceri internaționale</i> , Editura Alfa, Iași.			
Bibliografie suplimentară: 2. Mecu D.G.(2011) - <i>Negociere, comunicare, diplomație și protocol în relațiile economice internaționale</i> , Editura Alfa, Iași.			
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Considerații generale despre comunicare	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră.	2 ore	1/ Subcapitolul 2.1
Procesul comunicării - abordare strategică: factori, componente și etape	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră.	2 ore	Bibliografie obligatorie 2-Cap.3
Comunicarea în cadrul relațiilor umane	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră.	2 ore	1/ Subcapitolul 2.5
Componentele comunicării: - Data și informația; - Tipuri de informație.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră.	4 ore	1/ Subcapitolul 3.1, Subcapitolul 3.2
Componentele comunicării - Tipuri de circuite informaționale; - Deficiențele sistemului informațional; - Etapele circuitului informațional.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră.	6 ore	1/ Subcapitolul 3.3, Subcapitolul 3.5, Subcapitolul 3.6
Formele de comunicare și rolul acestora: - Comunicarea verbală; - Exigențe și restricții în comunicarea verbală.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră.	6 ore	1/ Subcapitolul 4.1, Subcapitolul 4.2
Comunicarea non-verbală.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră.	4 ore	1/ Subcapitolul 4.3
Seminar recapitulativ	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră.	2 ore	1
TOTAL		28 ore	
Bibliografie obligatorie: 1. Mecu D.G. 2014- <i>Arta negocierii și comunicării în afaceri internaționale</i> , Editura Alfa, Iași.			

¹¹ Toate lucrările indicate în bibliografie fac parte din fondul de carte al UAB sau se regăsesc în biblioteci virtuale ce pot fi accesate de către studenți/masteranzi, fără restricții. Bibliografia va conține cel puțin o lucrare de referință din domeniul disciplinei și o lucrare a titularului de curs (suport de curs cu ISBN)

Bibliografie suplimentară:

2. Mecu D.G. 2011 -*Negociere, comunicare, diplomație și protocol în relațiile economice internaționale*, Editura Alfa, Iași.
3. Mircea Aurel Nita 2021 - *Strategii de comunicare și marketing în afaceri*, Ed. Prouniversitaria, București

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"> • cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina <i>Tehnici de comunicare în afaceri</i>; • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în comunicare; • însușirea și aplicarea formelor de comunicare; • coerența logică în analiză și argumentare; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate în comunicarea verbală și non-verbală; • abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă”; • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; • aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică. 	Examen scris în sesiunea de examene.	50 %
10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina; • capacitatea de utilizare adecvată a conceptelor, principiilor, normelor, metodelor și procedeele de operare specifice impuse de disciplină; • demonstrarea capacității de analiză, sinteză și interpretare a unor situații problematice în comunicare; • însușirea și aplicarea formelor de comunicare; • coerența logică în analiză și argumentare; • înțelegerea principiilor care trebuie urmate în comunicarea verbală și non-verbală; 	Testarea continuă pe parcursul semestrului	20 %
		Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri /	30%

	<ul style="list-style-type: none"> • abilitățile de gândire analitică și critică în evaluarea unor situații tip „dilemă”; • capacitatea de corelare a aspectelor teoretice cu cele practice; • formarea unui mod propriu de gândire economică care să asigure evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse; • aspectele atitudinale: seriozitatea, interesul pentru studiul individual și implicarea în activitatea de cercetare științifică. 	traduceri / proiecte	
--	---	----------------------	--

10.6 Standard minim de performanță

- însușirea vocabularului specific disciplinei;
- recunoașterea principiilor, legilor și a teoriilor aferente disciplinei de studiu;
- înțelegerea și explicarea conceptelor fundamentale;
- însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază și a componentelor comunicării;
- evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în acțiunile întreprinse;
- realizarea parțială a lucrărilor practice: prezentări de materiale la seminar, teme, referate, proiecte;
- participarea la 1/2 din seminarii;
- obținerea notei 5 la examenul final.

Data completării: 20.09.2024

Semnătura titularului de curs,
Dr. Ivaylo Marinov

Semnătura titularului de seminar,
Dr. Ivaylo Marinov

.....

.....

Data avizării în departament: 30.09.2024

Avizat,

Semnătura directorului de departament,
Conf.univ.dr. Aurelian DIACONU

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

.....

.....

Data aprobării în Consiliul facultății 30.09.2024

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

.....