

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	2025-2026

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 didactice din planul de învățământ	56	din care:	28	3.7 seminar / laborator	28
3.6 curs					
3.8 Studiu individual, din care:					ore
Studiul după notițe de curs, suport de curs, manual, cărți, bibliografia minimală recomandată					62
Pregătire pentru seminar/proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					62
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					56
Pregătire pentru prezentări sau verificări					6
Pregătire pentru examinarea finală					2
Examinări					4
Consultații					2
Alte activități:					-
3.9 Total ore studiu individual			194		
3.10 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

4. Precondiții⁵ (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	• 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	• 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 acumulate⁶

Competențe profesionale	1. utilizeaza tehnici de comunicare 2. utilizeaza diferite canale de comunicare 3. mentine relatiile cu clientii 4. utilizeaza tehnici de consultare
Competențe transversale	1. ofera consiliere altora 2. asigura orientarea catre client

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei⁷	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 Rezultatele învățării (obiectivele specifice)	Cunoștințe:	1. Studentul/absolventul definește și explică conceptele și teoriile economice referitoare la metodele, tehnicile și instrumentele de cercetare în mediul piețelor fizice și din mediul online. 2. Studentul/absolventul demonstrează cunoștințe avansate și înțelegere critică privind aspectele metodologice ale cercetărilor de marketing. 3. Studentul/absolventul demonstrează cunoștințe avansate cu privire la conceptele, teoriile, metodele, tehnicile și instrumentele utilizate în comunicarea și relația cu partenerii de afaceri. 4. Studentul/absolventul demonstrează cunoștințe avansate cu privire la metodologiile de culegere, analiză și interpretare a datelor și informațiilor de marketing.

⁵ Se menționează, acolo unde este cazul, disciplinele necesare a fi fost parcurse anterior în vederea bunei înțelegeri și desfășurări a procesului educațional în cadrul disciplinei, precum și competențele pe care studentul trebuie să și le fi însușit anterior în vederea bunei înțelegeri și desfășurări a procesului educațional în cadrul disciplinei de față

⁶ Se vor prelua informațiile din Grila 2, cu indicarea numărului de credite asociat fiecărui descriptor al competenței

⁷ Va fi derivat din obiectivele programului de studii în al cărui plan de învățământ se regăsește disciplina

	Aptitudini:	1. Studentul/absolventul utilizează cunoștințe aprofundate de specialitate în vederea derulării de cercetări de marketing 2. Studentul/absolventul dezvoltă aptitudini de realizare a unor cercetări adecvate de marketing, particularizate atât la mediul fizic, cât și la cel on-line 3. Studentul/absolventul dezvoltă aptitudini privind alegerile celor mai valoroase modalități de achiziție și valorificare a informațiilor necesare în activitatea de marketing a organizațiilor 4. Studentul/absolventul utilizează conceptele, teoriile, metodele, tehnicile și instrumentele folosite în comunicarea și relația cu partenerii de afaceri 5. Studentul/absolventul dezvoltă aptitudini privind explicarea și algoritmizarea etapelor specifice relațiilor de afaceri 6. Studentul/absolventul dezvoltă aptitudini privind comunicarea eficientă a proiectelor, planurilor și a strategiilor de marketing către partenerii de afaceri și categorii de public
	Responsabilitate și autonomie	1. Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de a formula ipoteze și explicații privind comportamentele specifice ale agenților economici în mediile de marketing diferite, inclusiv în mediul online 2. Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de a elabora proiecte și rapoarte de cercetări de marketing folosind metodele, tehnicile și instrumentele de specialitate, atât în mediul fizic, cât și în mediul online 3. Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de a rezolva probleme specifice comunicării și derulării relațiilor cu diferitele categorii de public ale organizațiilor 4. Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de a evalua critic conținutul și semnificația unor proiecte / programe în comunicarea și relaționarea organizațiilor cu diferitele categorii de public

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice ⁸
Tema 1: Considerații generale despre comunicare	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	1/ Subcapitolul 2.1
Tema 2: Procesul comunicării - abordare strategică: factori, componente și etape	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	1/ Subcapitolul 2.2
Tema 3: Comunicarea în cadrul relațiilor umane	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	1/ Subcapitolul 2.5
Tema 4 și 5: Componentele comunicării: - Date și informație; - Tipuri de informație.	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	4 ore	1/ Subcapitolul 3.1, 3.2
Tema 6, 7, 8: Componentele comunicării - Tipuri de circuite informaționale;	Curs interactiv Conversație euristică	6 ore	1/

⁸ Pentru fiecare temă a cursului se vor indica capitolul/capitolele din lucrarea indicată în bibliografie unde se regăsește tema propusă

- Deficiențele sistemului informațional; - Etapele circuitului informațional.	Metoda problematizării		Subcapitolul 3.3, 3.5, 3.6
Tema 9, 10, 11: Formele de comunicare și rolul acesteia: - Comunicarea verbală; - Exigențe și restricții în comunicarea verbală.	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	6 ore	1/ Subcapitolul 4.1, 4.2
Tema 12 și 13: Comunicarea non-verbală.	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	4 ore	1/ Subcapitolul 4.3
Tema 14: Curs recapitulativ	Curs interactiv Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	1
TOTAL		28 ore	
Bibliografie obligatorie⁹: 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
Tema 1: Considerații generale despre comunicare	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră.	2 ore	1/ Subcapitolul 2.1
Tema 2: Procesul comunicării - abordare strategică: factori, componente și etape	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră.	2 ore	Bibliografie obligatorie 2-Cap.3
Tema 3: Comunicarea în cadrul relațiilor umane	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră.	2 ore	1/ Subcapitolul 2.5
Tema 4 și 5: Componentele comunicării: - Data și informația; - Tipuri de informație.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră.	4 ore	1/ Subcapitolul 3.1, Subcapitolul 3.2
Tema 6, 7, 8: 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
Tema 9, 10, 11: Formele de comunicare și rolul acesteia: - Comunicarea verbală; - Exigențe și restricții în comunicarea verbală.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră.	6 ore	1/ Subcapitolul 4.1, Subcapitolul 4.2

⁹ 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)

Tema 12, 13: Comunicarea non-verbală.	Exercițiul, demonstrația, exemplificarea, dezbateră.	4 ore	1/ Subcapitolul 4.3
Tema 14: 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. Bibliografie suplimentară: 2. Mecu D.G. 2011 - <i>Negociere, comunicare, diplomatie și protocol în relațiile economice internaționale</i> , Editura Alfa, Iași. 3. Mircea Aurel Nita 2021 - <i>Strategii de comunicare si marketing in afaceri</i> , 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. - Annual, 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 Mestesugărești – 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	- 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	cunoașterea terminologiei de specialitate, a sistemului conceptual cu care operează disciplina;	Testarea continuă pe	20 %

	• 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.	parcursul semestrului	
		Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte	30%

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: 25.09.2025

Semnătura titularului de curs,
Dr. Ivaylo Marinov

Semnătura titularului de seminar,
Dr. Ivaylo Marinov

.....
Data avizării în departament: 30.09.2025

.....
Avizat,

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

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

.....
Data aprobării în Consiliul facultății 30.09.2025

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

.....