

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	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	2025-2026

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Correspondență și comunicare în afaceri în limba engleză								
2.2 Codul disciplinei	MKCA 0231 FC 1205								
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)	F	2.9 Numărul de credite ECTS	3

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar / laborator	2
3.4 Numărul de săptămâni	14				
3.5 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.6 curs	14	3.7 seminar / laborator	28
3.8 Studiu individual, din care:					ore
Studiul după notițe de curs, suport de curs, manual, cărți, bibliografia minimală recomandată					11
Pregătire pentru seminar/proiect, teme, referate, portofolii și eseuri					6
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					6
Pregătire pentru prezentări sau verificări					-
Pregătire pentru examinarea finală					6
Examinări					2
Consultații					2
Alte activități:					
3.9 Total ore studiu individual					33
3.10 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)					75

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; • 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	• 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	C1: utilizează tehnici de comunicare C2: menține relațiile cu clienții C3: utilizează tehnici de consultare
Competențe transversale	CT.1: asigură orientarea către client CT.2: se exprimă într-un mod creativ

7. Obiectivele disciplinei (în strânsă legătură cu competențele *profesionale* și *transversale*)

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 Rezultatele învățării (Obiectivele specifice)	Cunoștințe:	R.î.1: Studentul/absolventul demonstrează cunoștințe avansate cu privire la conceptele, teoriile, metodele, tehnicile și instrumentele utilizate în comunicarea și relația cu partenerii de afaceri. R.î.2: Studentul/absolventul demonstrează cunoștințe avansate cu privire la metodologiile de culegere, analiză și interpretare a datelor și informațiilor de marketing. R.î.3: Studentul/absolventul identifică rolurile specifice muncii în echipă.
	Aptitudini:	R.î.1: Studentul/absolventul utilizează conceptele, teoriile, metodele, tehnicile și instrumentele folosite în comunicarea și relația cu partenerii de afaceri. R.î.2: Studentul/absolventul dezvoltă aptitudini privind explicarea și algoritmizarea etapelor specifice relațiilor de afaceri. R.î.3: Studentul/absolventul dezvoltă aptitudini privind comunicarea eficientă a proiectelor, planurilor și a strategiilor de marketing către partenerii de afacerii și categorii de public. R.î.4: Studentul/absolventul demonstrează abilități de lucru în echipă și asumarea de roluri de conducere.
	Responsabilitate și	R.î.1: Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de a rezolva probleme specifice comunicării și derulării relațiilor cu diferitele categorii de public ale organizațiilor.

	autonomie	R.1.2: Studentul/absolventul demonstrează capacitatea de a evalua critic conținutul și semnificația unor proiecte/programe în comunicarea și relaționarea organizațiilor cu diferitele categorii de public. R.1.3: Studentul/absolventul demonstrează responsabilitate în exercitarea unor sarcini profesionale complexe.
--	------------------	---

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Correspondență 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 (fomal / <i>informal</i>)	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; - 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>)	citire și interpretare, exerciții de vocabular (metoda inductivă)	2 ore	1 (Cap. 4)
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>, pagini <i>web</i>, comunicate de presă, conferințe de presă, sponsorizări, etc);	citire și interpretare, exerciții de vocabular (metoda inductivă)	2 ore	1 (Cap. 6)

- 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)			
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)

7. <https://www.businessenglishpod.com/category/marketing>

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 (fomal / informal)	citire și interpretare, redactarea unor paragrafe	4 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)	4 ore	1 (Cap. 1); 2 (Cap. 2)
Socializarea în afaceri - subiecte de conversație (personală și profesională) în context multi-cultural - deschiderea unei ședinței / întâlniri de afaceri și enunțarea obiectivelor de pe ordinea de zi (<i>agenda</i>) - <u>limbaj funcțional</u> : prezentări, conversație informală (întrebări și răspunsuri, etc)	citire / ascultare și interpretare, conversație (joc de roluri, Q&As), exerciții de vocabular (metoda inductivă)	4 ore	1 (Cap. 2); 2 (Cap. 2)
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 rol), ex. de vocab. (metoda inductivă)	4 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 / indirect) - <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)	4 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)	4 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)	4 ore	1 (Cap. 6)
TOTAL		28 ore	

Bibliografie obligatorie:

1. Thomson, Kenneth – *English for Meetings* (Express Series), Oxford University Press, 2007
2. Vasile, Veronica – *English for Business & Commercial Communication*, ed. Standardizarea, 2013
3. Chiriacescu, A.; Barghiel, V.; Mureșan, L.; Hollinger, Al. – *Corespondența de afaceri în limbile română și engleză*, ed. Teora, Buc., 1999 (Cap. 1 – *Introd. în corespondența de afaceri*)
4. <https://www.businessenglishpod.com/category/meetings/>

Bibliografie suplimentară:

5. Brookes, Michael; Horner, David – *Business English (Engleza pentru afaceri)*, editura Teora, București, 1997 (pp. 35-56 – *Business Communications*)
6. Laws, Anne – *Meetings*, Summertown Publishing Ltd., 2000
7. Leigh, Judith – *Organizing and Participating in Meetings*, Oxford Univ. Press, 2002
8. MacKenzie, Ian – *Management and Marketing* (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 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	▪ 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	▪ 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;	Testarea continuă pe parcursul semestrului	20 %

	▪ 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).	Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte	30%
10.6 Standarde minime de performanță			
• 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: 25.09.2025

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

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

.....

.....

Data avizării în departament: 30.09.2025
Conf.univ.dr. Aurelian DIACONU

Avizat,
Conf.univ.dr. Andrei BUIGA

.....

.....

Data aprobării în Consiliul facultății: 30.09.2025

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

.....