

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2022-2023

Anul de studiu I / Semestrul II

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe Economice
1.3. Departamentul	Departamentul de Administrarea Afacerilor și Marketing
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/calificarea*	Economia comerțului, turismului și serviciilor/ 242102 Specialist îmbunătățire procese, 242104 Responsabil proces, 242110 Specialist în planificarea, controlul și raportarea performanței economice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comunicare și relații publice în afaceri		2.2. Cod disciplină	ECTS 127			
2.3. Titularul activității de curs	Conf.univ.dr. Gavrilă-Paven Ionela						
2.4. Titularul activității de seminar / laborator	Conf. univ.dr Maican Silvia						
2.5. Anul de studiu	I	2.6. Semestrul	II	2.7. Tipul de evaluare (E/C/VP)	E	2.8. Regimul disciplinei (O – obligatorie, Op – opțională, F – facultativă)	O

3. Timpul total estimat

3.1. Numar ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					17
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					17
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					35
Tutoriat					-
Examinări					4
Alte activități					-

3.7 Total ore studiu individual	69
3.9 Total ore pe semestru	125
3.10 Numărul de credite**	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu este cazul.
4.2. de competențe	Nu este cazul.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sală dotată cu videoproiector/tablă.
5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului	Sală dotată cu videoproiector/tablă.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C5. Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu C1.5 Realizarea de proiecte profesionale prin utilizarea conceptelor, principiilor și metodelor specifice domeniului comerț, turism, servicii C2.5 Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct C3.5 Consiliere și asistență prin elaborarea de proiecte profesionale care răspund problemelor concrete ale clienților C6.5 Fundamentarea de proiecte de recrutare, selecție, motivare, salarizare a resursei umane din domeniul administrării afacerilor
Competențe transversale	CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei. CT3 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al	Dezvoltarea cunoștințelor studenților cu privire la importanța comunicării în domeniul economic, a
---------------------------	--

disciplinei	<i>activității de relații publice la nivelul organizațiilor și a importanței acestei activități pentru dezvoltarea organizațiilor.</i>
7.2 Obiectivele specifice	<p><i>Cunoașterea de către studenți a conținutului, structurii și funcțiilor comunicării umane. Familiarizarea studenților cu noțiunile de comunicare în afaceri și relații publice. Cunoașterea de către studenți a factorilor generatori de stres, a teoriilor conflictuale și a modalităților de gestionare a soluțiilor conflictuale. Familiarizarea cu conceptul de relații publice și a cunoașterii importanței comunității și a rolului acesteia la nivelul organizațiilor și impactul asupra eficienței economice ale acestora.</i></p> <p><i>O1.5 Realizarea de proiecte profesionale prin utilizarea conceptelor, principiilor și metodelor specifice domeniului comerț, turism, servicii din perspectiva comunicării și a relațiilor publice la nivelul organizațiilor</i></p> <p><i>O2.5 Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct</i></p> <p><i>O3.5 Consiliere și asistență prin elaborarea de proiecte profesionale care răspund problemelor concrete ale clienților</i></p> <p><i>O6.5 Fundamentarea de proiecte de recrutare, selecție, motivare, salarizare a resursei umane din domeniul administrării afacerilor</i></p> <p><i>O2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.</i></p> <p><i>O3 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</i></p>

8. Conținuturi*

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<i>Comunicarea: Definirea conceptului de comunicare, funcțiile comunicării</i>	<i>Prelegere Conversație Exemplificări</i>	2 ore
<i>Comunicarea: Modele de comunicare, teorii cu privire la comunicare</i>	<i>Prelegere Conversație Exemplificări</i>	2 ore
<i>Comunicarea: Axiomele comunicării, forme de comunicare, bariere în procesul de comunicare.</i>	<i>Prelegere Conversație Exemplificări</i>	2 ore
<i>Comunicarea în cadrul grupului: Definirea grupului, etape de formare la nivelul grupului, eficiența muncii în echipă la nivelul organizațiilor</i>	<i>Prelegere Conversație Exemplificări</i>	2 ore
<i>Comunicarea în cadrul grupului: Forme de comunicare specifice echipelor, ședința – tipuri de ședințe, specificul comunicării în cadrul ședințelor.</i>	<i>Prelegere Conversație Exemplificări</i>	2 ore
<i>Comunicarea organizațională: Instrumente de comunicare în cadrul organizației, corespondența, referatele și mesajele</i>	<i>Prelegere Conversație Exemplificări</i>	2 ore
<i>Comunicarea organizațională: Specificul comunicării organizaționale</i>	<i>Prelegere Conversație Exemplificări</i>	2 ore
<i>Comunicarea organizațională: Strategii de comunicare organizațională, influența parametrilor organizației asupra comunicării</i>	<i>Prelegere Conversație Exemplificări</i>	2 ore
<i>Activitatea de relații publice: Definirea activității de relații publice, obiectivele activității de relații publice, factorii dezvoltării activității de relații publice.</i>	<i>Prelegere Conversație Exemplificări</i>	2 ore
<i>Campaniile de relații publice: Definirea campaniilor de relații publice, clasificarea campaniilor de relații publice</i>	<i>Prelegere Conversație Exemplificări</i>	2 ore
<i>Campaniile de relații publice: Obiectivele campaniilor de relații publice, etapele planificării campaniilor de relații publice</i>	<i>Prelegere Conversație Exemplificări</i>	2 ore
<i>Campaniile de relații publice: Principii etice în activitatea de relații publice</i>	<i>Prelegere Conversație Exemplificări</i>	2 ore
<i>Realizarea unei lucrări științifice Identificarea publicațiilor de specialitate adecvate și relevante pentru diseminarea rezultatelor cercetărilor realizate</i>	<i>Prelegere Conversație Exemplificări</i>	2 ore
<i>Etapile elaborării unei lucrări științifice</i>	<i>Prelegere Conversație Exemplificări</i>	2 ore

Bibliografie

Combalbert, Laurent, *Negociation de Crise et Communication D'influence: Resoudre les Situations Difficiles par la Negociation Influyente*, CEDEX: ESF, 2006;
Gavrilă-Paven Ionela, *Business Communication and Public Relations*, Seria Didactica, Editura Universității „1 Decembrie 1918” Alba Iulia, 2013;
Gavrilă-Paven Ionela, *Comunicare și relații publice în afaceri – Note de curs*, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2016;

<p>Gavrilă-Paven Ionela, Comunicare, negociere și parteneriat în afaceri – Note de curs, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2016;</p> <p>Gavrilă-Paven Ionela, Comunicare și relații publice, Departamentul ID, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2019;</p> <p>Hughes, Graham; Fill, Chris, Marketing Communications, Amsterdam: Elsevier, 2007;</p> <p>Lesikar, Raymond V.; Pettit, John D.; Darsey, Nancy S., Business Communication: Theory and Application, Houston: DAME Publications, INC, 1993;</p> <p>*** Auditing Organizational Communication: A handbook of research, theory and practice, London; New York: Routledge; Taylor Francis, 2009;</p> <p>*** Business Negotiation And Communication: Monograph, Czestochowa: S.N., 2011.</p>		
8.2. Seminar-laborator		
Importanța comunicării	Exemple de comunicare Studii de caz/Joc de rol	2 ore
Importanța comunicării	Exemple de comunicare Studii de caz/Joc de rol	2 ore
Tipuri de comunicare	Exemple de comunicare Studii de caz	2 ore
Tipuri de comunicare	Exemple de comunicare Studii de caz	2 ore
Rezolvarea situațiilor dificile de comunicare	Exemple de comunicare Studii de caz/Joc de rol	2 ore
Comunicarea în cazul crizei de imagine	Exemple de comunicare Studii de caz	2 ore
Comunicarea în cadrul ședințelor	Exemple de comunicare Studii de caz/Joc de rol	2 ore
Comunicarea în cadrul echipelor de lucru	Exemple de comunicare Studii de caz/Joc de rol	2 ore
Comunicarea organizațională	Exemple de comunicare Studii de caz	2 ore
Agenția de relații publice	Exemple de comunicare Studii de caz/Joc de rol	2 ore
Agentul de relații publice	Exemple de comunicare Studii de caz/Joc de rol	2 ore
Tehnici și metode de relații publice cu presa	Exemple de comunicare Studii de caz/Joc de rol	2 ore
Planul de relații publice	Exemple de comunicare Studii de caz	2 ore
Campaniile de relații publice	Exemple de comunicare Studii de caz	2 ore
<p>Bibliografie</p> <p>Combalbert, Laurent, Negociation de Crise et Communication D'influence: Resoudre les Situations Difficiles par la Negociation Influyente, CEDEX: ESF, 2006;</p> <p>Gavrilă-Paven Ionela, Business Communication and Public Relations, Seria Didactica, Editura Universității „1 Decembrie 1918” Alba Iulia, 2013;</p> <p>Gavrilă-Paven Ionela, Comunicare și relații publice în afaceri – Note de curs, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2016;</p> <p>Gavrilă-Paven Ionela, Comunicare, negociere și parteneriat în afaceri – Note de curs, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2016;</p> <p>Gavrilă-Paven Ionela, Comunicare și relații publice, Departamentul ID, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2019;</p> <p>Hughes, Graham; Fill, Chris, Marketing Communications, Amsterdam: Elsevier, 2007;</p> <p>Lesikar, Raymond V.; Pettit, John D.; Darsey, Nancy S., Business Communication: Theory and Application, Houston: DAME Publications, INC, 1993;</p> <p>*** Auditing Organizational Communication: A handbook of research, theory and practice, London; New York: Routledge; Taylor Francis, 2009;</p> <p>*** Business Negotiation And Communication: Monograph, Czestochowa: S.N., 2011.</p>		

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

Conținuturile disciplinei sunt adaptate necesităților și importanței comunicării la nivelul organizațiilor. Cursul contribuie la formarea deprinderilor viitorilor specialiști în domeniul comunicării de afaceri, a relațiilor publice, negocierii și parteneriatelor public-privat. Cunoștințele asimilate și abilitățile dobândite la acest curs vor oferi studenților posibilitatea de a identifica problemele economice reale, pe care să le rezolve apelând la metode și instrumente de investigare științifice. Conținutul disciplinei este actualizat și pe baza recomandărilor venite din partea reprezentanților mediului de afaceri, a partenerilor implicați în practica de specialitate a studenților, discuțiilor și analizelor realizate la nivelul departamentului, respectiv facultății, precum și alte recomandări primite din partea specialiștilor/expertiștilor interesați de dezvoltarea conținutului planurilor de învățământ și a conținutului disciplinelor.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Rezolvarea corectă și completă a cerințelor subiectelor de examen Prezența la întâlniri</i>	Examen oral Intervenții și participarea la dezbateri	70% 10%
10.5 Seminar/laborator	<i>Realizarea unui portofoliu</i>	Expunere orală și prezentare	20%

	<i>personal (realizarea CV-ului, scrisoare de intenție)</i>	scrisă	
<p>10.6 Standard minim de performanță:</p> <p>Promovarea examenului presupune obținerea la examenul final a notei minime 5 (cinci), la care se vor adăuga punctele corespunzătoare celorlalte activități punctate anterior.</p> <p>Documentarea științifică cu privire la comunicarea de afaceri, relațiile publice, importanța parteneriatelor public-privat și realizarea unui portofoliu personal (realizarea CV-ului personal, scrisoare de intenție) și participarea la simularea unui interviu de angajare.</p> <p>Prezentarea la examen a studenților este condiționată de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. prezența la seminar în proporție de minim 80% 2. prezența la curs în proporție de minim 70% <p>Studenții absenți la seminarii au posibilitatea recuperării seminariilor prin susținerea unui proiect (pe tematica cursului și a seminarului) înainte de examen. Tematica proiectului va fi dată de către profesor.</p> <p>Studenții absenți la cursuri vor fi penalizați cu 1 punct din nota finală dacă nu au prezențe de minim 70%.</p>			

Data completării
21 Septembrie 2022

Semnătura titularului de curs
Conf.univ.dr. Gavrilă-Paven Ionela

Semnătura titularului de seminar
Conf. univ.dr Maican Silvia

Data avizării în departament
21 Septembrie 2022

Semnătura directorului de departament
Conf.univ.dr. Maican Silvia-Ștefania