

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Anul universitar 2021-2022**  
**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
1.7. Forma de învățământ	ID

**2. Date despre disciplină**

2.1. Denumirea disciplinei		<b>Comunicare și relații publice în afaceri</b>			Codul disciplinei	<b>ECTS 127</b>		
2.2. Titularul activităților de curs				<b>Conf.univ.dr. Gavrilă-Paven Ionela</b>				
2.3. Titularul activităților de seminar / laborator / proiect				<b>Conf.univ.dr. Gavrilă-Paven Ionela</b>				
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	Conținut	Felul disciplinei DF
							Obligativitate	Obligatorie/ opțională DO

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

3.1. Număr de ore pe săptămână – forma cu frecvență	<b>4</b>	din care: 3.2. curs	<b>2</b>	3.3. seminar/ laborator/ proiect	<b>2</b>
3.4. Total ore pe semestru – forma ID /	125	din care: 3.5.	<b>97</b>	3.6. AT + TC / AA / ST + SF / L / P	<b>28</b>
<b>Distribuția fondului de timp</b>					<b>ore</b>
3.5.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					33
3.5.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
3.5.3. Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					30
3.5.4. Tutoriat					0
3.5.5. Examinări					2
3.5.6. Alte activități					2
<b>3.7. Total ore studiu individual</b>		97			
<b>3.8. Total ore pe semestru</b>		125			
<b>3.9. Numărul de credite</b>		5			

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1. de curriculum	<i>Nu este cazul.</i>
4.2. de competențe	<i>Nu este cazul.</i>

**5. Condiții (acolo unde este cazul)**

5.1. de desfășurare a cursului	<i>Sală dotată cu videoproiector/tabla.</i>
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	<i>Sală dotată cu videoproiector/tabla.</i>

**6. Competențe specifice acumulate**

Competențe profesionale	<p><b>C5. Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu</b></p> <p>C1.5 Realizarea de proiecte profesionale prin utilizarea conceptelor, principiilor și metodelor specifice domeniului comerț, turism, servicii</p> <p>C2.5 Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct</p> <p>C3.5 Consiliere și asistență prin elaborarea de proiecte profesionale care răspund problemelor concrete ale clienților</p> <p>C4.5 Participarea la fundamentarea de studii de fezabilitate și fezabilitate a investițiilor pentru afaceri</p> <p>C5.5 Realizarea de studii secvențiale de implementare a calității pentru cazuri practice bine definite în condiții de asistență calificată</p> <p>C6.5 Fundamentarea de proiecte de recrutare, selecție, motivare, salarizare a resursei umane din domeniul administrării afacerilor</p>
Competențe transversale	<p>CT2 Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei.</p> <p>CT3 Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare</p>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<p>Dezvoltarea cunoștințelor studenților cu privire la importanța comunicării în domeniul economic, a activității de relații publice la nivelul organizațiilor și a importanței acestei activități pentru dezvoltarea organizațiilor.</p>
7.2. Obiectivele specifice	<p>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.</p> <p>01.1. Descrierea paradigmelor, conceptelor și teoriilor economice privind influența mediului extern asupra întreprinderii/organizației cu privire la activitatea de comunicare și de relații publice</p> <p>02.1. Identificarea conceptelor și teoriilor economice asociate comunicării și activității de relații publice</p> <p>03.1. Identificarea implicațiilor economice asociate funcționării și administrării unei subdiviziuni a întreprinderii/organizației – analiza modului de comunicare la nivelul structurilor ierarhice</p> <p>04.1. Identificarea și descrierea conceptelor de planificare, organizare, coordonare și control al activității resurselor umane – influența stilurilor de comunicare manageriale asupra acestora</p> <p>05.1. Descrierea conceptelor, teoriilor și metodologiilor de administrare a bazelor de date specifice administrării afacerilor – colectare, analiză și actualizare informații la nivelul organizațiilor</p> <p><b>2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului</b></p> <p>01.2. Explicarea și interpretarea relației de influență economică exercitată de mediul extern asupra întreprinderii/organizației – analiza proceselor de comunicare externă la nivelul organizațiilor</p> <p>02.2. Explicarea și interpretarea relațiilor dintre entitățile întreprinderii/organizației – analiza proceselor de comunicare internă interdepartamentală</p> <p><b>3. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată</b></p> <p>01.3. Aplicarea instrumentarului adecvat pentru analiza relației de influență exercitată de mediul extern asupra întreprinderii/organizației – analiza și simularea proceselor de selectare a resursei umane (interviul pentru angajare)</p> <p>04.3. Rezolvarea de probleme/situații specifice resurselor umane: recrutare, selecție, motivare, salarizare, orarul de muncă., formare.</p> <p>05.3. Aplicarea instrumentarului adecvat de analiză a datelor specifice</p>

	<i>administrării afacerilor</i> <b>5. Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu</b> <i>O4.5. Fundamentarea de proiecte de recrutare, selecție, motivare, salarizare a resursei umane din domeniul administrării afacerilor</i> <i>O5.5. Elaborarea unui proiect de cercetare asociat administrării afacerilor, utilizând baze de date specifice</i>
--	---

## 8. Conținuturi

8.1. AI	Metode de predare	Observații
<i>Comunicarea: Definierea conceptului de comunicare, funcțiile comunicării</i>	Suport de curs Studii de caz Întrebări și teste de verificare	7,14% AI
<i>Comunicarea: Modele de comunicare, teorii cu privire la comunicare</i>	Suport de curs Studii de caz Întrebări și teste de verificare	7,14% AI
<i>Comunicarea: Axiomele comunicării, forme de comunicare, bariere în procesul de comunicare.</i>	Suport de curs Studii de caz Întrebări și teste de verificare	7,14% AI
<i>Comunicarea în cadrul grupului: Definierea grupului, etape de formare la nivelul grupului, eficiența muncii în echipă la nivelul organizațiilor</i>	Suport de curs Studii de caz Întrebări și teste de verificare	7,14% AI
<i>Comunicarea în cadrul grupului: Forme de comunicare specifice echipelor, ședința – tipuri de ședințe, specificul comunicării în cadrul ședințelor.</i>	Suport de curs Studii de caz Întrebări și teste de verificare	7,14% AI
<i>Comunicarea organizațională: Instrumente de comunicare în cadrul organizației, corespondența, referatele și mesaje</i>	Suport de curs Studii de caz Întrebări și teste de verificare	7,14% AI
<i>Comunicarea organizațională: Specificul comunicării organizaționale</i>	Suport de curs Studii de caz Întrebări și teste de verificare	7,14% AI
<i>Comunicarea organizațională: Strategii de comunicare organizațională, influența parametrilor organizației asupra comunicării</i>	Suport de curs Studii de caz Întrebări și teste de verificare	7,14% AI
<i>Activitatea de relații publice: Definierea activității de relații publice, obiectivele activității de relații publice, factorii dezvoltării activității de relații publice.</i>	Suport de curs Studii de caz Întrebări și teste de verificare	7,14% AI
<i>Campaniile de relații publice: Definierea campaniilor de relații publice, clasificarea campaniilor de relații publice</i>	Suport de curs Studii de caz Întrebări și teste de verificare	7,14% AI
<i>Campaniile de relații publice: Obiectivele campaniilor de relații publice, etapele planificării campaniilor de relații publice</i>	Suport de curs Studii de caz Întrebări și teste de verificare	7,14% AI
<i>Campaniile de relații publice: Principii etice în activitatea de relații publice</i>	Suport de curs Studii de caz Întrebări și teste de verificare	7,14% AI
<i>Realizarea unei lucrări științifice</i> <i>Identificarea publicațiilor de specialitate adecvate și relevante pentru diseminarea rezultatelor cercetărilor realizate</i>	Suport de curs Studii de caz Întrebări și teste de verificare	7,14% AI
<i>Etapele elaborării unei lucrări științifice</i>	Suport de curs Studii de caz Întrebări și teste de verificare	7,14% AI

### Bibliografie:

**Suport de curs ID:** Gavrilă-Paven Ionela, Comunicare și relații publice în afaceri – Suport de curs ID, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2021 (Suportul de curs este disponibil pe platforma Moodle)

### Bibliografie selectivă:

Combalbert, Laurent, Negociation de Crise et Communication D'influence: Resoudre les Situations Difficiles par la Negociation Influente, 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;  
 Gavrilă-Paven Ionela, Comunicare, negociere și parteneriat în afaceri – Note de curs, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2016;  
 Gavrilă-Paven Ionela, Comunicare și relații publice, Departamentul ID, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2019;  
 Hughes, Graham; Fill, Chris, Marketing Communications, Amsterdam: Elsevier, 2007;  
 Lesikar, Raymond V.; Pettit, John D.; Darsey, Nancy S., Business Communication: Theory and Application, Houston: DAME Publications, INC, 1993;  
 \*\*\* Auditing Organizational Communication: A handbook of research, theory and practice, London; New York: Routledge; Taylor Francis, 2009;  
 \*\*\* Business Negotiation And Communication: Monograph, Czestochowa: S.N., 2011.

8.2. AT	Metode de predare-învățare	Observații
Importanța comunicării Tipuri de comunicare Rezolvarea situațiilor dificile de comunicare	Exemple de comunicare Studii de caz/Joc de rol	2 ore
Comunicarea în cadrul ședințelor Comunicarea în cadrul echipelor de lucru	Exemple de comunicare Studii de caz/Joc de rol	2 ore
Comunicarea organizațională Agenția de relații publice Tehnici și metode de relații publice cu presa	Exemple de comunicare Studii de caz/Joc de rol	2 ore
Planul de relații publice Campaniile de relații publice	Exemple de comunicare Studii de caz/Joc de rol	2 ore

**Bibliografie:**

**Support de curs ID:** Gavrilă-Paven Ionela, Comunicare și relații publice în afaceri – Suport de curs ID, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2021 (Suportul de curs este disponibil pe platforma Moodle)

**Bibliografie selectivă:**

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;  
 Gavrilă-Paven Ionela, Comunicare, negociere și parteneriat în afaceri – Note de curs, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2016;  
 Gavrilă-Paven Ionela, Comunicare și relații publice, Departamentul ID, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2019;  
 Hughes, Graham; Fill, Chris, Marketing Communications, Amsterdam: Elsevier, 2007;  
 Lesikar, Raymond V.; Pettit, John D.; Darsey, Nancy S., Business Communication: Theory and Application, Houston: DAME Publications, INC, 1993;  
 \*\*\* Auditing Organizational Communication: A handbook of research, theory and practice, London; New York: Routledge; Taylor Francis, 2009;  
 \*\*\* Business Negotiation And Communication: Monograph, Czestochowa: S.N., 2011.

8.3. TC	Metode de transmitere a informației	Observații
Studii de caz, întrebări, teste grilă referitoare la: importanța comunicării, tipurile de comunicare, rezolvarea situațiilor dificile de comunicare	Platforma Moodle Suport de curs	Temele de control vor fi încărcate pe platformă 5 ore
Studii de caz, întrebări, teste grilă referitoare la: comunicarea în cadrul ședințelor, comunicarea în cadrul echipelor de lucru	Platforma Moodle Suport de curs	Temele de control vor fi încărcate pe platformă 5 ore
Studii de caz, întrebări, teste grilă referitoare la: comunicarea organizațională, agenția de relații publice, tehnici și metode de relații publice cu presa	Platforma Moodle Suport de curs	Temele de control vor fi încărcate pe platformă 5 ore
Studii de caz, întrebări, teste grilă referitoare la: planul de relații publice, campaniile de relații publice	Platforma Moodle Suport de curs	Temele de control vor fi încărcate pe platformă 5 ore

**Bibliografie:**

**Support de curs ID:** Gavrilă-Paven Ionela, Comunicare și relații publice în afaceri – Suport de curs ID, Universitatea „1

Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2021 (Suportul de curs este disponibil pe platforma Moodle)

**Bibliografie selectivă:**

Combalbert, Laurent, Negociation de Crise et Communication D'influence: Resoudre les Situations Difficiles par la Negociation Influente, 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;

Gavrilă-Paven Ionela, Comunicare, negociere și parteneriat în afaceri – Note de curs, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2016;

Gavrilă-Paven Ionela, Comunicare și relații publice, Departamentul ID, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2019;

Hughes, Graham; Fill, Chris, Marketing Communications, Amsterdam: Elsevier, 2007;

Lesikar, Raymond V.; Pettit, John D.; Darsey, Nancy S., Business Communication: Theory and Application, Houston: DAME Publications, INC, 1993;

\*\*\* Auditing Organizational Communication: A handbook of research, theory and practice, London; New York: Routledge; Taylor Francis, 2009;

\*\*\* Business Negotiation And Communication: Monograph, Czestochowa: S.N., 2011.

**8.4. AA / L / P** [aplicațiile de tip AA și L / temele de proiect, conform calendarului disciplinei]

Metode de predare-învățare

Observații

**Bibliografie**

**9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunităților 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
<b>10.4. AI (curs)</b>	<i>Rezolvarea corectă și completă a cerințelor subiectelor de examen</i>	Examen	80%
<b>10.5. TC / AA / ST / L / P</b>	<i>Realizarea unui portofoliu personal (realizarea CV-ului, scrisoare de intenție) Prezența la întâlniri</i>	Intervenții și participarea la dezbateri Expunere orală și prezentare scrisă	20%
<b>10.6. Standard minim de performanță:</b> obținerea notei minime 5			
Promovarea examenului presupune obținerea la examenul final a notei minime 5 (cinci), la care se vor adăuga punctele corespunzătoare celorlalte activități punctate anterior. 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.			

Coordonator de disciplină  
Conf.univ.dr. Gavrilă-Paven Ionela

Tutore de disciplină  
Conf.univ.dr. Gavrilă-Paven Ionela

Data  
3.09.2021

Responsabil specializare ECTS ID,  
Lector univ. dr. Dârja Mălina