

FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2025-2026
Anul de studiu I / Semestrul II

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ	Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia
1.2. Facultatea	de Științe Economice
1.3. Departamentul	Administrarea Afacerilor si Marketing
1.4. Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii / Calificări COR/ Grupă de bază ESCO	Administrarea Afacerilor / 242102 Specialist îmbunătățire procese, 242104 Responsabil proces, 242110 Specialist în planificarea, controlul și raportarea performanței economice, ESCO: 2421 – Analisti de management și organizare / Management and organisation analysts
1.7. Forma de învățământ	Învățământ la distanță

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		Comunicare și relații publice în afaceri			Codul disciplinei	AA 126	
2.2. Titularul activităților de curs				Conf.univ.dr. Gavrilă-Paven Ionela			
2.3. Titularul activităților de seminar / laborator / proiect				Conf.univ.dr. Gavrilă-Paven Ionela			
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:DOb

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

3.1. Număr de ore pe săptămână – forma cu frecvență	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/ laborator/ proiect	2
3.4. Total ore pe semestru – forma ID	56	din care: 3.5.	28	3.6. AT + TC / AA / ST + SF / L / P	28
Distribuția fondului de timp					ore
3.5.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					23
3.5.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
3.5.3. Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					22
3.5.4. Tutoriat					-
3.5.5. Examinări					2
3.5.6. Alte activități					2
3.7. Total ore studiu individual		69			
3.8. Total ore pe semestru		125			
3.9. Numărul de credite		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 /rezultate ale învățării specifice programului de studii	R3/C3 Asigură conformitatea cu politicile R4/C4 Elaborează strategiile companiei R18/C18 Coordonează o echipă
Competențe transversale	R25/T25 Arată încredere
Competențe/rezultate ale învățării specifice domeniului și ramurii de știință	<p>Cunoștințe Studentul/Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor. - asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing. <p>Aptitudini Studentul/Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzării, relațiile publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor. - asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing. <p>Responsabilitate și autonomie Studentul/Absolventul:</p> <ul style="list-style-type: none"> - manifestă curiozitate intelectuală, proactivitate, creativitate și gândire critică în procesul de elaborare de proiecte complexe de comunicare integrată de marketing. - dovedește spirit de echipă, fiind capabil să stabilească relații bazate pe respect și încredere pe parcursul elaborării și implementării proiectelor de comunicare complexă. - demonstrează responsabilitate și comportament etic în relația cu partenerii implicați în diferite etape ale procesului de comunicare.

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<i>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.</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>O1.1. Descrierea paradigmelor, conceptelor și teoriilor economice privind influența mediului extern asupra întreprinderii/organizației cu privire la activitatea de comunicare și de relații publice</i></p> <p><i>O2.1. Identificarea conceptelor și teoriilor economice asociate comunicării și activității de relații publice</i></p> <p><i>O3.1. Identificarea implicațiilor economice asociate funcționării și administrării unei subdiviziuni a întreprinderii/organizației – analiza modului de comunicare la nivelul structurilor ierarhice</i></p> <p><i>O4.1. Identificarea și descrierea conceptelor de planificare, organizare, coordonare și control al activității resurselor umane – influența stilurilor de comunicare manageriale asupra acestora</i></p> <p><i>O5.1. Descrierea conceptelor, teoriilor și metodologiilor de administrare a bazelor de date specifice administrării afacerilor – colectare, analiză și actualizare informații la nivelul organizațiilor</i></p> <p>2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului</p>

	<p><i>O1.2. Explicarea și interpretarea relației de influență economică exercitată de mediul extern asupra întreprinderii/organizației – analiza proceselor de comunicare externă la nivelul organizațiilor</i></p> <p><i>O2.2. Explicarea și interpretarea relațiilor dintre entitățile întreprinderii/organizației – analiza proceselor de comunicare internă interdepartamentală</i></p> <p>3. Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată</p> <p><i>O1.3. 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)</i></p> <p><i>O4.3. Rezolvarea de probleme/situații specifice resurselor umane: recrutare, selecție, motivare, salarizare, orarul de muncă., formare.</i></p> <p><i>O5.3. Aplicarea instrumentarului adecvat de analiză a datelor specifice administrării afacerilor</i></p> <p>5. Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu</p> <p><i>O4.5. Fundamentarea de proiecte de recrutare, selecție, motivare, salarizare a resursei umane din domeniul administrării afacerilor</i></p> <p><i>O5.5. Elaborarea unui proiect de cercetare asociat administrării afacerilor, utilizând baze de date specifice</i></p>
--	---

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 mesajele</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</i>	Suport de curs Studii de caz	7,14%AI

<i>publice, factorii dezvoltării activității de relații publice.</i>	Întrebări și teste de verificare	
<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 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, 2025 (Suportul de curs este disponibil pe platforma Moodle)

Bibliografie selectivă:

Cenere, P., Gill, R., & Lawson, C. (2015). *Communication Skills for Business Professionals*. Port Melbourne: Cambridge University Press.

Cornelissen, J. (2017). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*, 5th edition. Thousand Oaks: Sage.

Doorley, J., & Garcia, H.F. (2021). *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. New York, NY: Taylor & Francis.

Duhé, S. (2021). *Business for Communicators: The Essential Guide to Success in Corporate and Public Affairs*. Abingdon: Routledge.

Frandsen, F., Johansen, W., & Tench, R. (Eds.) (2019). *Big Ideas in Public Relations Research and Practice*. Bingley: Emerald.

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;

Lerbinger, O. (2019). *Corporate Communication: An International and Management Perspective*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

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

Mayfield, M., Mayfield, J., & Walker, R. (2020). *Fundamental Theories of Business Communication: Laying a Foundation for the Field*. Cham: Palgrave Macmillan.

Nichita, R.A. (2024). *Business Communication and Public Relations – course material (electronic format)*.

Theaker, A. (2016). *The Public Relations Handbook*, 5th edition. Abingdon: Routledge.

Wray Carney, W., & Lymer, L.-A. (Eds.) (2015). *Fundamentals of Public Relations and Marketing Communications in Canada*. Alberta: The University of Alberta Press.

8.2. AT	Metode de predare- învățare	Observații
Importanța comunicării	Exemple de comunicare	2 ore

Tipuri de comunicare Rezolvarea situațiilor dificile de comunicare	Studii de caz/Joc de rol	
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, 2025 (Suportul de curs este disponibil pe platforma Moodle)

Bibliografie selectivă:

Cenere, P., Gill, R., & Lawson, C. (2015). *Communication Skills for Business Professionals*. Port Melbourne: Cambridge University Press.

Cornelissen, J. (2017). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*, 5th edition. Thousand Oaks: Sage.

Doorley, J., & Garcia, H.F. (2021). *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. New York, NY: Taylor & Francis.

Duhé, S. (2021). *Business for Communicators: The Essential Guide to Success in Corporate and Public Affairs*. Abingdon: Routledge.

Frandsen, F., Johansen, W., & Tench, R. (Eds.) (2019). *Big Ideas in Public Relations Research and Practice*. Bingley: Emerald.

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;

Lerbinger, O. (2019). *Corporate Communication: An International and Management Perspective*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

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

Mayfield, M., Mayfield, J., & Walker, R. (2020). *Fundamental Theories of Business Communication: Laying a Foundation for the Field*. Cham: Palgrave Macmillan.

Nichita, R.A. (2024). *Business Communication and Public Relations – course material (electronic format)*.

Theaker, A. (2016). *The Public Relations Handbook*, 5th edition. Abingdon: Routledge.

Wray Carney, W., & Lymer, L.-A. (Eds.) (2015). *Fundamentals of Public Relations and Marketing Communications in Canada*. Alberta: The University of Alberta Press.

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:

Suport de curs ID: Gavrilă-Paven Ionela, Comunicare și relații publice în afaceri – Suport de curs ID, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2024 (Suportul de curs este disponibil pe platforma Moodle)

Bibliografie selectivă:

Cenere, P., Gill, R., & Lawson, C. (2015). *Communication Skills for Business Professionals*. Port Melbourne: Cambridge University Press.

Cornelissen, J. (2017). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*, 5th edition. Thousand Oaks: Sage.

Doorley, J., & Garcia, H.F. (2021). *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. New York, NY: Taylor & Francis.

Duhé, S. (2021). *Business for Communicators: The Essential Guide to Success in Corporate and Public Affairs*. Abingdon: Routledge.

Frandsen, F., Johansen, W., & Tench, R. (Eds.) (2019). *Big Ideas in Public Relations Research and Practice*. Bingley: Emerald.

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;

Lerbinger, O. (2019). *Corporate Communication: An International and Management Perspective*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

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

Mayfield, M., Mayfield, J., & Walker, R. (2020). *Fundamental Theories of Business Communication: Laying a Foundation for the Field*. Cham: Palgrave Macmillan.

Nichita, R.A. (2024). *Business Communication and Public Relations – course material (electronic format)*.

Theaker, A. (2016). *The Public Relations Handbook*, 5th edition. Abingdon: Routledge.

Wray Carney, W., & Lymer, L.-A. (Eds.) (2015). *Fundamentals of Public Relations and Marketing Communications in Canada*. Alberta: The University of Alberta Press.

8.4. AA / L / P [aplicațiile de tip AA și L / temele de proiect, conform calendarului disciplinei]	Metode de predare-învățare	Observații

Bibliografie:
[se va trece OBLIGATORIU și cursul elaborat în tehnologie ID]

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/expertilor 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. AI (curs)	<i>Rezolvarea corectă și completă a cerințelor subiectelor de examen</i>	Examen	80%
10.5. TC / AA / ST / L / P	<i>Realizarea unui portofoliu personal (realizarea CV-ului, scrisoare de intenție)</i>	Intervenții și participarea la dezbateri	20%

	<i>Prezența la întâlniri</i>	Expunere orală și prezentare scrisă	
10.6. Standard minim de performanță: obținerea notei minime 5			
<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>			

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

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

Data
23.09.2025

Responsabil de specializare AA ID,
Conf. univ. dr. Dragolea Larisa