

## FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2020-2021

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 | Lect.univ.dr. Maican Silvia-Ștefania     |                |                     |                                 |   |   |   |
| 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 videoprojector/tablă. |
| 5.2. de desfășurarea a seminarului/laboratorului | Sală dotată cu videoprojector/tablă. |

## 6. Competențe specifice acumulate

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Competențe profesionale | <b>C5. Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu</b><br>C1.5 Realizarea de proiecte profesionale prin utilizarea conceptelor, principiilor și metodelor specifice domeniului comerț, turism, servicii<br>C2.5 Fundamentarea de planuri de comercializare, de oferte, de programe de promovare – publicitate, promovare directă, relații publice, marketing direct<br>C3.5 Consiliere și asistență prin elaborarea de proiecte profesionale care răspund problemelor concrete ale clienților<br>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.<br>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: Definierea conceptului de comunicare, funcțiile comunicării, modele de comunicare, teorii cu privire la comunicare, axiomele comunicării, forme de comunicare, bariere în procesul de comunicare. Comunicarea scrisă: redacarea referatelor și a articolelor științifice.</i> | <i>Prelegere<br/>Conversație<br/>Exemplificări</i> | 6 ore      |
| <i>Comunicarea în cadrul grupului: Definierea grupului, etape de formare la nivelul grupului, eficiența muncii în echipă la nivelul organizațiilor, forme de comunicare specifice echipelor, ședința – tipuri de ședințe, specificul comunicării în cadrul ședințelor.</i>                    | <i>Prelegere<br/>Conversație<br/>Exemplificări</i> | 5 ore      |
| <i>Comunicarea organizațională: Specificul comunicării organizaționale, strategii de comunicare organizațională, influența parametrilor organizației asupra comunicării, instrumente de comunicare în cadrul organizației, corespondența, referatele și mesajele.</i>                         | <i>Prelegere<br/>Conversație<br/>Exemplificări</i> | 5 ore      |
| <i>Activitatea de relații publice: Definierea activității de relații publice, obiectivele activității de relații publice, factorii dezvoltării activității de relații publice.</i>  | <i>Prelegere<br/>Conversație<br/>Exemplificări</i> | 4 ore      |
| <i>Campaniile de relații publice: Definierea campaniilor de relații publice, clasificarea campaniilor de relații publice, obiectivele campaniilor de relații publice, etapele planificării campaniilor de relații publice.</i>  | <i>Prelegere<br/>Conversație<br/>Exemplificări</i> | 4 ore      |
| <i>Principii etice în activitatea de relații publice</i>  | <i>Prelegere<br/>Conversație<br/>Exemplificări</i> | 4 ore      |

### Bibliografie

Combalbert, Laurent, Negociation de Crise et Communication D'influence: Resoudre les Situations Difficiles par la Negotiation 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. Seminar-laborator

|   |   |       |
|---|---|-------|
| Importanța comunicării                        | Exemple de comunicare<br>Studii de caz/Joc de rol | 4 ore |
| Tipuri de comunicare                          | Exemple de comunicare<br>Studii de caz            | 4 ore |
| Rezolvarea situațiilor dificile de comunicare | Exemple de comunicare<br>Studii de caz/Joc de rol | 2 ore |
| Comunicarea în cazul crizei de imagine        | Exemple de comunicare<br>Studii de caz            | 2 ore |
| Comunicarea în cadrul ședințelor              | Exemple de comunicare<br>Studii de caz/Joc de rol | 2 ore |
| Comunicarea în cadrul echipelor de lucru      | Exemple de comunicare                             | 2 ore |

|   |  |       |
|---|--|-------|
|   | Studii de caz/Joc de rol                       |       |
| Comunicarea organizațională   | Exemple de comunicare Studii de caz            | 2 ore |
| Agenția de relații publice  | Exemple de comunicare Studii de caz/Joc de rol | 4 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 |
| <b>Bibliografie</b>   |  |       |
| 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.   |  |       |

### 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/expertiilor 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<br/>Prezența la întâlniri</i> | Examen oral<br>Intervenții și participarea la dezbateri | 70%<br>10%                   |
| 10.5 Seminar/laborator | <i>Realizarea unui portofoliu personal (realizarea CV-ului, scrisoare de intenție)</i>             | Expunere orală și prezentare scrisă                     | 20%                          |

#### 10.6 Standard minim de performanță:

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.

Prezentarea la examen a studenților este condiționată de:

1. prezența la examen în proporție de minim 80%

2. prezența la curs în proporție de minim 70%

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.

Studenții absenți la cursuri vor fi penalizați cu 1 punct din nota finală dacă nu au prezențe de minim 70%.

Data completării  
8 Septembrie 2020

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

Semnătura titularului de seminar  
Lect.univ.dr. Maican Silvia-Ștefania

Data avizării în departament  
18 Septembrie 2020

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