

**FIȘA DISCIPLINEI
COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE ÎN AFACERI**

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ	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	Marketing
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii	Marketing

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comunicare și relații publice în afaceri	2.2. Cod disciplină	MK 127
2.3. Titularul activității de curs	Conf.univ.dr. Gavrilă-Paven Ionela		
2.4. Titularul activității de seminar	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. Număr ore pe săptămână	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					42
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					2
Tutoriat					2
Examinări					2
3.7 Total ore studiu individual	58				
3.8 Total ore din planul de învățământ	42				
3.9 Total ore pe semestru	100				
3.10 Numărul de credite	4				

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 desfășurarea a seminarului/laboratorului	<i>Sală dotată cu videoproiector/tabla</i>

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Capacitatea de a cunoaște și înțelege conceptele de bază privind comunicarea umană la nivelul organizațiilor și în cadrul unei echipe, etapele procesului de negociere și importanța parteneriatului public-privat. Capacitatea de a identifica tipurile de comunicare utilizate, de a identifica
-------------------------	--

	<p>principalele etape ale procesului de negociere și de a emite opinii cu privire la importanța activității de relații publice.</p> <p>Capacitatea de a înțelege și analiza modalitățile de comunicare care vor fi utilizate în lucrul de echipă, de a identifica principalele strategii de eliminare a stresului din cadrul organizațiilor și de a înțelege importanța parteneriatelor pentru dezvoltarea de ansamblu a organizației.</p>
Competențe transversale	<p>Capacitatea de a: (1) identifica eventualele neconcordanțe care pot să apară în procesul de comunicare în cadrul organizației, în cadrul etapelor procesului de negociere și în cadrul parteneriatelor; (</p> <p>2) realiza comparații între diferite tipuri de comunicare, forme de negociere și etape ale activității de relații publice.</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	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.
7.2 Obiectivele specifice	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.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Comunicarea: Definirea conceptului de comunicare, funcțiile comunicării, modele de comunicare, teorii cu privire la comunicare, axiomele comunicării, forme de comunicare, bariere în procesul de comunicare.	Prelegere Conversație Exemplificări	
Comunicarea în cadrul grupului: Definirea 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.	Prelegere Conversație Exemplificări	
Comunicarea organizațională: Specificul comunicării organizaționale, strategii de comunicare organizațională, influența parametrilor organizației asupra comunicării, instrumente de comunicare în cadrul organizației, corespondența, referatele și mesajele.	Prelegere Conversație Exemplificări	
Activitatea de relații publice: Definirea activității de relații publice, obiectivele activității de relații publice, factorii dezvoltării activității de relații publice.	Prelegere Conversație Exemplificări	
Campaniile de relații publice: Definirea campaniilor de relații publice, clasificarea campaniilor de relații publice, obiectivele campaniilor de relații publice, etapele planificării campaniilor de relații publice.	Prelegere Conversație Exemplificări	
Principii etice în activitatea de relații publice	Prelegere Conversație Exemplificări	

Bibliografie

1. Ștefan Prutianu – Comunicare și negociere în afaceri, Editura Polirom, Iași, 1998;
2. Ion Ovidiu Pânișoară – Comunicarea eficientă, Editura Polirom, Iași, 2004;
3. Dan Căndea, Rodica Căndea – Comunicarea managerială, Editura Expert, București, 1996;
4. Mihai Dinu – Comunicare, Editura Algos, București, 2000;
5. Valentina Marinescu – Introducere în teoria comunicării. Principii, modele, aplicații, Editura Tritonic, București, 2003;
6. Institutul European din România – Manualul afacerilor europene, București, 2005;
7. Gavrilă-Paven Ionela – Business Communication and Public Relations, Seria Didactica, Editura Universității „1 Decembrie 1918” Alba Iulia, 2013;
8. Gavrilă-Paven Ionela – Comunicare și relații publice în afaceri – Note de curs, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2016;
9. Gavrilă-Paven Ionela – Comunicare, negociere și parteneriat în afaceri – Note de curs, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2016;
10. Gavrilă-Paven Ionela – Comunicare și relații publice, Departamentul ID, Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, 2009.

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 masteranzilor posibilitatea de a identifica problemele economice reale, pe care să le rezolve apelând la metode și instrumente de investigare științifice.

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</i>	<i>Examen oral</i>	80%
	<i>Prezența la întâlniri</i>	<i>Intervenții și participarea la dezbateri</i>	10%
	<i>Realizarea unui portofoliu personal (realizarea CV-ului, scrisoare de intenție)</i>	<i>Expunere orală și prezentare scrisă</i>	10%

10.6 Standard minim de performanță: -

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.

Data completării
01.03.2017

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

Data avizării în departament
01.03.2017

Semnătura director de departament
Conf.univ.dr. Gavrilă-Paven Ionela