

**FIȘA DISCIPLINEI****1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea "Alexandru Ioan Cuza" din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Filosofie și Științe Social Politice
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE ȘTIINTE ALE COMUNICĂRII ȘI RELATII PUBLICE
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicarea de afaceri						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. Dr. DANIEL-RARES OBADA						
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. GABRIELA POLEAC						
2.4 An de studiu	II	2.5 Semestrul	IV	2.6 Tip de evaluare*	E	2.7 Regimul disciplinei**	Op

*E – Examen / C – Colocviu / V – Verificare

**OB – Obligatoriu / OP – Opțional / F – Facultativ

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					12
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual*					44
3.8 Total ore pe semestru					100
3.9 Numărul de credite					4

4. Precondiții - De curriculum (dacă este cazul)

--

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Pentru buna desfășurare a cursului și a seminarelor, este necesară instaurarea unui climat de respect reciproc și a unui dialog civilizat între profesori și studenți. Studenții care doresc să adreseze întrebări trebuie să-și anunțe intenția în prealabil. Pe parcursul desfășurării activității didactice, este necesară păstrarea liniștii. Utilizarea telefoanelor mobile sau a altor dispozitive electronice în scopuri non-academice este interzisă; acestea pot fi folosite pentru activități didactice doar la indicația profesorului.
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	Regulile de desfășurare a activității de la curs se aplică și în cadrul seminarului. Suplimentar, seminarul necesită implicarea activă și constantă a tuturor studenților în activitățile aplicative, fie că acestea sunt individuale sau de echipă. Comportamentul etic și respectul față de colegi și față de cadrul didactic sunt condiții obligatorii pentru buna desfășurare a orelor.

6. Obiective

La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: O1: Cunoască tipurile, modalitățile și dimensiunile comunicării de afaceri; O2: Cunoască principalele clase de mesaje din mediul de afaceri; O3: (Re)cunoască, în linii esențiale, contextul strategic în care apar mesajele de afaceri; O4: Analize critic mesaje de afaceri; O5: Elaboreze mesaje de afaceri.

7. Competențe/Rezultate ale învățării

● Realizarea și promovarea unui produs de relații publice ● Studenții vor avea abilitatea de a comunica eficient, atât oral, cât și în scris ● Studenții vor avea abilitatea de a evalua sub aspect comunicațional persoanele, mesajele, activitățile și circumstanțele unei situații de PR ● Studenții vor avea abilitatea de a participa ca tehnician la conceperea și implementarea unor strategii și campanii de comunicare

8. Conținut

8.1 Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1. Natura și structura companiilor. Principalii stakeholderi ai companiilor	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația;	2 ore; [2] / [3] / [8]
2. Tipuri, modalități și instrumente de comunicare corporatistă	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația;	2 ore; [7] / [9]

3. Planificarea mesajelor de afaceri	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația;	2 ore; [5]
4. Elaborarea mesajelor de afaceri (I): mesaje instant, SMS-uri, e-mailuri, scrisori de afaceri	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația;	2 ore; [1] / [5] / [6] / [7] / [9] / [12] / [13]
5. Elaborarea mesajelor de afaceri (II): memorandumuri, circulare, invitații, scrisori de reamintire, mesaje de felicitare, scrisori de mulțumire	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația;	2 ore; [1] / [5] / [6] / [7] / [9] / [12] / [13]
6. Principii de organizare a mesajelor de afaceri	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația;	2 ore; [10]
7. Redactarea mesajelor de afaceri negative	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația;	2 ore; [11] / [12]
8. Elaborarea rapoartelor în mediul de afaceri	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația;	2 ore; [7] / [9]
9. Revizuirea mesajelor de afaceri	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația;	2 ore; [5]
10. Prezentări orale în mediul de afaceri	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația;	2 ore; [5] / [6] / [7] / [9]
11. Organizarea și desfășurarea ședințelor. Redactarea minutelor și proceselor-verbale	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația;	2 ore; [5] / [6] / [7] / [9]
12. Căutarea unui job și construirea unui CV profesional în mediul de afaceri	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația;	2 ore; [5] / [6] / [7] / [9]
13. Dimensiunile comportamentului profesionist în mediul de afaceri. Interviu de angajare	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația;	2 ore; [5]
14. Strategii de comunicare promoțională în mediul de afaceri	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația;	2 ore; [4]

Bibliografie

1. Belanger, S. E., Alred, G. J., & O'Rourke, V. P. (Eds.). (2005). Business and Technical Communication: An Annotated Guide to Sources, Skills, and Samples. Praeger Publishers.
2. Cornelissen, J. (2008). Corporate Communication: A Guide for Theory and Practice (2nd ed.). Sage Publications Ltd.
3. Denny, C. M., & Evans, P. E. (2008). The Corporation in Modern American Society. Hubert H. Humphrey Institute of Public Affairs, University of Minnesota.
4. Epuran, G. (2002). Comunicarea în afaceri. Alma Mater.
5. Guffey, M. E., & Loewy, D. (2010). Essentials of Business Communication (8th ed.). South-Western Cengage Learning.
6. Hartley, P., & Bruckmann, C. G. (2002). Business Communication. Routledge.
7. James, S., Ode I., & Soola, E. O. (1990). Introduction to Communication for Business and Organizations. Spectrum Books.
8. Korten, D. C. (1997). Corporațiile conduc lumea. Antet.
9. Madhukar, R. K. (2009). Business Communication (6th ed.). Vikas Publishing House.
10. McLean, S. (2010). Business Communication for Success. Flat World Knowledge, Inc.
11. Rai, U. (1989). Business Communication. Himalaya Publishing House.
12. Stull, J. B., & Baird, J. W. (2003). Comunicarea în afaceri. Comunicare.ro.
13. Turk, C., & Kirkman, J. (1989). Effective Writing: Improving Scientific, Technical and Business Communication (2nd ed.). E & FN SPON.

8.2 Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1. Prezențați stakeholderii majori ai unei companii: acționari, manageri, angajați, creditor, furnizori, clienți/ consumatori finali, autorități și instituții de reglementare, ONG-uri și mass-media.	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația; Simularea.	2 ore; [2] / [3] / [8]
2. Identificați și prezentați mesaje care ilustrează fiecare tip, modalitate și instrument de comunicare în afaceri.	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația; Simularea.	2 ore; [7] / [9]
3. Prezențați critic patru mesaje de afaceri adresate acționarilor sau furnizorilor unei companii: (1) mesaj instant, (2) e-mail, (3) scrisoare de afaceri, (4) invitație.	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația; Simularea.	2 ore; [1] / [5] / [6] / [7] / [9] / [12] / [13]
4. Prezențați critic patru mesaje de afaceri adresate clienților unei companii naționale: (1) mesaj instant, (2) e-mail, (3) scrisoare de reamintire, (4) scrisoare de afaceri.	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația; Simularea.	2 ore; [1] / [5] / [6] / [7] / [9] / [12] / [13]
5. Prezențați critic patru mesaje de afaceri adresate angajaților unei companii locale: (1) e-mail, (2) memorandum, (3) invitație, (4) mesaj de felicitare.	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația; Simularea.	2 ore; [1] / [5] / [6] / [7] / [9] / [12] / [13]
6. Ilustrați cu cinci mesaje de afaceri aplicarea principiilor de organizare a mesajelor prezentate de Scott McLean.	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația; Simularea.	2 ore; [10]

7. Redactați trei mesaje de afaceri negative distincte prin care să: (1) refuzați sponsorizarea unui proiect social propus de un ONG, (2) refuzați o ofertă comercială transmisă de un furnizor, (3) refuzați o solicitare primită din partea angajaților cu privire la o mărire salarială, (4) informați clienții despre epuizarea stocului la un produs comandat sau (5) informați conducerea companiei despre un eveniment negativ.	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația; Simularea.	2 ore; [11] / [12]
8. Elaborați un raport de afaceri de tip scrisoare (letter format), de maximum 8 pagini, analitic, prin care să informați conducerea companiei despre rezultatele obținute în urma implementării unei campanii de comunicare.	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația; Simularea.	2 ore; [7] / [9]
9. Revizuiți 5 mesaje de afaceri pe care le-ați elaborat pentru o companie, acordând o atenție sporită următoarelor aspecte: (1) conciziei mesajului, (2) clarității mesajului, (3) preciziei mesajului, (4) design-ului mesajului, (5) corectitudinii gramaticale a mesajului.	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația; Simularea.	2 ore; [5]
10. Pregătiți și susțineți la seminar o prezentare orală, specifică mediului de afaceri, prin care să convingeți managementul companiei despre oportunitatea derulării unei campanii de comunicare online, în vederea lansării unui nou produs.	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația; Simularea.	2 ore; [5] / [6] / [7] / [9]
11. Organizați și simulați desfășurarea unei ședințe în cadrul departamentului de comunicare a unei companii, prin care să stabiliți fazele implementării unei campanii de PR. Stabiliți responsabilii ce vor redacta minuta și procesul-verbal.	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația; Simularea.	2 ore; [5] / [6] / [7] / [9]
12. Căutați pe site-urile de profil 3 posibile joburi în mediul de afaceri la care ați putea aplica în calitate de specialist în comunicare și relații publice. Redactați un CV profesional în acest sens.	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația; Simularea.	2 ore; [5] / [6] / [7] / [9]
13. Organizați și simulați desfășurarea unui interviu de angajare în cadrul unei companii. Acordați o atenție deosebită următoarelor aspecte: (1) pregătirii prezentării la interviu, (2) pregătirii răspunsurilor la posibilele întrebări, (3) explicării posibilelor probleme din CV-ul dvs., (4) ținutei vestimentare, (5) elementelor pe care le aduceți cu dvs. la interviu.	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația; Simularea.	2 ore; [5]
14. Reprezentanți o companie de afaceri locală. Compania dvs. este implicată într-un eveniment ce suscită interesul opiniei publice. Organizați și simulați (1) desfășurarea unui interviu de presă cu un reputat jurnalist local sau (2) desfășurarea unei conferințe de presă cu jurnaliști din mass-media locală.	Expunerea problematizată; Discuția; Observația dirijată; Observația independentă; Explicația; Simularea.	2 ore; [4]

Bibliografie

Identică cu cea de la curs.

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Conținutul prelegerilor și activitățile de seminar îi familiarizează pe studenți cu mediul de afaceri.

Studenții își pot

perfecționa competențele de comunicare strategică, astfel încât să poată îndeplini, la standarde înalte, sarcinile

corespunzătoare funcției tehnice de relații publice. Structura cursului este în conformitate cu prevederile asociațiilor reprezentative ARRP (Asociația Română pentru Relații Publice) și EUPRERA (The European Public Relations Education and Research Association).

10. Evaluare

10.1 Evaluare continuă		Pondere (min. 30%)	45	
Curs	Forma de evaluare			
	Pondere		0	
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale		Da	
	Metode de evaluare			
		Detalii	Pondere	cu reexaminare
Seminar / Laborator	Forma de evaluare		Verificare mixtă	
	Pondere		100	
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale		Da	
	Metode de evaluare			
		Detalii	Pondere	cu reexaminare
		Referat	50	Nu
		Verificare orală periodică	50	Nu

10.2 Evaluare finală	Pondere (max. 70%)	55
	Forma de evaluare	Verificare scrisă finală

10.3 Mențiuni (situații speciale în evaluare)

Mențiunea 1: Studenții care sunt în imposibilitatea obiectivă de a elabora și susține referatul scris la seminar, vor avea posibilitatea de a fi evaluați în săptămâna imediat următoare planificării inițiale.

10.4 Standard minim de performanță

S1. Participarea activă la cel puțin 5 cursuri (Obs.: nu există modalități alternative pentru a suplini îndeplinirea parțială a acestui criteriu).

S2. Participarea activă la cel puțin 8 seminare (Obs.: nu există modalități alternative pentru a suplini

îndeplinirea parțială a acestui criteriu).

S3. Obținerea a minimum nota 5 la evaluarea continuă.

Observație: Numărul minim de prezențe la curs și la seminar, precum și obținerea notei 5 la evaluarea continuă, reprezintă standarde minime de performanță care condiționează dreptul studenților de a susține evaluarea finală. Neîndeplinirea cumulată a acestor 3 standarde determină nepromovarea disciplinei.

S4. Obținerea notei minimum 5 la evaluarea finală.

Data completării, 22.09.2025	Titular de curs, Conf. Dr. DANIEL-RARES OBADA	Titular de seminar, Asist. GABRIELA POLEAC
---	--	---

Data avizării în departament, 25.09.2025	Director de departament, Conf. Dr. DANIEL-RARES OBADA
---	--