

**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	Științe ale Comunicării și Relații 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 / Specialist în relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicarea de afaceri				
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Daniel-Rareș Obadă				
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. univ. drd. Roberto Valentin Dragomir				
2.4 An de studiu	II	2.5 Semestrul	IV	2.6 Tip de evaluare	E
2.7 Regimul disciplinei*					Op

*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 seminarii/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 (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	–
4.2 De competențe	–

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Participarea la cel puțin 5 prelegeri.
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	Participarea activă la cel puțin 7 seminare.

**6. Competențe specifice acumulate**

Competențe profesionale	CP10. Analizează factorii externi ai societăților CP12. Face prezentări publice CP18. Furnizează informații în scris CP56. Oferă consiliere în ceea ce privește relațiile publice CP59. Creează materiale de promovare CP73. Recrutează angajați
Competențe transversale	CT4. Oferă consiliere altora CT6. Asigură orientarea către client CT69. Gestionează frustrarea

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general	Însușirea cunoștințelor și abilităților necesare unui manager de relații publice pe o piață competitivă a serviciilor de PR și formarea capacității de a integra sistemic serviciile de relații publice alături de serviciile de management, marketing, administrație publică, advertising și jurnalism.
7.2 Obiectivele specifice	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: • cunoască tipurile, modalitățile și dimensiunile comunicării de afaceri • cunoască principalele clase de mesaje din mediul de afaceri • (re)cunoască, în linii esențiale, contextul strategic în care apar mesajele de afaceri • analize critic mesaje de afaceri • elaboreze mesaje de afaceri

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Natura și structura companiilor. Principalii stakeholderi ai companiilor	- descrierea - expunerea problematizată - explicația	2 ore [2], [3], [8]
2.	Tipuri, modalități și instrumente de comunicare corporatistă		2 ore [7], [9]
3.	Planificarea mesajelor de afaceri		2 ore [5]
4.	Elaborarea mesajelor de afaceri (I): mesaje instant, SMS-uri, e-mailuri, scrisori de afaceri		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		2 ore [1], [5], [6], [7], [9], [12], [13]
6.	Principii de organizare a mesajelor de afaceri		2 ore [10]
7.	Redactarea mesajelor de afaceri negative		2 ore [11], [12]
8.	Elaborarea rapoartelor în mediul de afaceri		2 ore [7], [9]
9.	Revizuirea mesajelor de afaceri		2 ore [5]
10.	Prezentări orale în mediul de afaceri		2 ore [5], [6], [7], [9]
11.	Organizarea și desfășurarea ședințelor. Redactarea minutelor și proceselor-verbale		2 ore [5], [6], [7], [9]
12.	Căutarea unui job și construirea unui CV profesional în mediul de afaceri		2 ore [5], [6], [7], [9]
13.	Dimensiunile comportamentului profesionist în mediul de afaceri. Interviu de angajare		2 ore [5]



14	Strategii de comunicare promoțională în mediul de afaceri		2 ore [4]
Bibliografie			
[1] Belanger, S. E. et al. (Eds.) (2005). <i>Business and Technical Communication: An Annotated Guide to Sources, Skills, and Samples</i>. Westport (CT): Praeger Publishers. [2] Cornelissen, J. (2008). <i>Corporate Communication: A Guide for Theory and Practice</i> (2nd edition). Loon: Sage Publications Ltd. [3] Denny, C. M., & Evans, P. E. (2008). <i>The Corporation in Modern American Society</i>. Hubert H. Humphrey Institute of Public Affairs, University of Minnesota. [4] Epuran, G. (2002). <i>Comunicarea în afaceri</i>. Bacău: Alma Mater. [5] Guffey, M. E., & Loewy, D. (2010). <i>Essentials of Business Communication</i> (8th edition). Mason (OH): South-Western Cengage Learning. [6] Hartley, P., & Bruckmann, C. G. (2002). <i>Business Communication</i>. London: Routledge. [7] James, S., Ode I., & Soola, E. O. (1990). <i>Introduction to Communication for Business and Organizations</i>. Ibadan: Spectrum Books. [8] Korten, D. C. (1997). <i>Corporațiile conduc lumea</i>. București: Antet. [9] Madhukar, R.K. (2009). <i>Business Communication</i> (6th edition). New Delhi: Vikas Publishing House. [10] McLean, S. (2010). <i>Business Communication for Success</i>. Flat World Knowledge, Inc. [11] Rai, U. (1989). <i>Business Communication</i>. Ahmedabad: Himalaya Publishing House. [12] Stull, James B. și John W. Baird. 2003. <i>Comunicarea în afaceri</i>, București: Comunicare.ro. [13] Turk, C., & Kirkman, J. (1989). <i>Effective Writing: Improving Scientific, Technical and Business Communication</i>. (2nd edition). London and New York: E & FN SPON.			
8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Prezentați stakeholderii majori ai unei companii: acționari, manageri, angajați, creditori, furnizori, clienți/ consumatori finali, autorități și instituții de reglementare, ONG-uri și mass-media!	- expunerea problematizată - discuția - explicația - simularea didactică (jocul de rol)	2 ore [2], [3], [8]
2.	Identificați și prezentați mesaje care ilustrează fiecare tip, modalitate și instrument de comunicare în afaceri!		2 ore [7], [9]
3	Prezentați critic patru mesaje de afaceri adresate acționarilor sau furnizorilor unei companii: (1) mesaj instant, (2) e-mail, (3) scrisoare de afaceri, (4) invitație!		2 ore [1], [5], [6], [7], [9], [12], [13]
4	Prezentați critic patru mesaje de afaceri adresate clienților unei companii naționale: (1) mesaj instant, (2) e-mail, (3) scrisoare de reamintire, (4) scrisoare de afaceri!		2 ore [1], [5], [6], [7], [9], [12], [13]
5	Prezentați critic patru mesaje de afaceri adresate angajaților unei companii locale: (1) e-mail, (2) memorandum, (3) invitație, (4) mesaj de felicitare!		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!		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!		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.		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!		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 on-line, în vederea lansării unui nou produs!		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!		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!		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.		2 ore [5]
14	Reprezentați 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.		2 ore [4]

Bibliografie

Identică cu bibliografia cursului.

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.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	- capacitatea de a defini corect conceptele-cheie din domeniul comunicării de afaceri - capacitatea de a identifica principalii stakeholderi ai unei companii - capacitatea de a evalua critic mesajele de afaceri prin prisma obiectivelor urmărite - capacitatea de a elabora mesaje de afaceri în funcție de publicul vizat	- Examen scris	60
10.5 Seminar / Laborator	- Prezența activă la seminare. Absolvirea cursului este condiționată de participarea activă la minimum 7 seminare.	- Înregistrarea prezențelor - Evaluarea referatului de seminar - Evaluarea prezentării referatului de seminar	40



	- Elaborarea și susținerea publică a unui referat de seminar		
10.6 Standard minim de performanță			
Participarea activă la cel puțin 7 seminare. Îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul de 45% din punctajul maxim atât la curs, cât și la seminar.			

**Data completării,
26.09.2024**

**Titular de curs,
Conf. univ. dr. Daniel-Rareș Obadă**

**Titular de seminar,
Asist. univ. dr. Roberto Valentin Dragomir**

**Data avizării în departament,
27.09.2024**

**Director de departament,
Conf. univ. dr. Daniel-Rareș Obadă**