

FIȘA DISCIPLINEI

Comunicare si negociere în afaceri, 2017-2018

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Management
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Management/ Economist
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1	Denumirea disciplinei	Comunicare si negociere în afaceri									
2.2	Titular disciplină (coordonator disciplină)	Lect. univ. dr. Stanciu-Tolea Claudia									
2.3	Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Antoniu Eliza									
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	2	2.6	Tipul de evaluare	E	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Total ore din planul de învăț.	42	3.2	Din care S.I.	28	3.3	SF / ST / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								
din care:								
- Echivalent ore curs forma IF								
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								
Tutorat								
Examinări								
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								
3.4	Total ore studiu individual	111						
3.5	Total ore pe semestru	125						
3.6	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Cunoașterea elementelor de management și marketing, discipline studiate în anul I
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	► Materialul de studiu este realizat în tehnologie ID/IFR
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Participarea studenților la seminarii/laboratoare proiecte - Respectarea termenelor de predare a temei de casă/proiectului

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației – 1 PC C.4. Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare – 1 PC C.5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) – 1 PC
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor și a normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice – 1 PC CT2. Cooperarea eficientă în echipe de lucru profesionale, interdisciplinare, specifice desfășurării proiectelor și programelor din domeniul științelor economice – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> - Înțelegerea conceptelor de comunicare și negociere și a importanței utilizării corecte a lor în orice afacere; - Dobândirea de către studenți a abilităților de comunicare privind redarea, analiza și interpretarea mesajelor, a capacității de a cere, a refuza, a primi și a oferi un feedback constructiv, formulând mesajul optim și alegând canalul de comunicare cel mai eficient; - Însușirea cunoștințelor esențiale și necesare elaborării strategiilor de comunicare și negociere în afaceri; - Utilizarea corectă a tehnicilor de negociere în funcție de parteneri și de stilul de negociere abordat de aceștia.
---------------------------------------	--

7.2 Obiectivele specifice	<p>A. Obiective cognitive</p> <ul style="list-style-type: none"> - Înțelegerea sensurilor de comunicare și negociere și sublinierea importanței comunicării în negociere; - Cunoașterea sistemului afacerilor, pornind de la un plan, înțelegerea mecanismului negocierilor; - Înțelegerea tehnicilor de negociere prin comunicare; - Cunoștințele acumulate să fie utile atât în aprofundarea altor discipline de bază – economice și psihosociale - cât și pentru înțelegerea interrelațiilor dintre acestea; - Înțelegerea sensurilor de comunicare și negociere și sublinierea importanței comunicării în negociere. - Explicarea și planificarea sistemului afacerilor pentru alegerea metodei și tehnicii de negociere adecvate; - Cunoașterea metodelor comunicării dar și a negocierilor; legăturile care transpar între ele; - Înțelegerea tehnicilor de negociere prin comunicare; - Cunoștințele acumulate să fie utile atât în aprofundarea altor discipline de bază – economice și psihosociale - cât și pentru înțelegerea interrelațiilor dintre acestea. <p>B. Obiective procedurale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dezvoltarea abilităților și aptitudinilor personale pentru a susține și finaliza cu succes un proces de negociere; - Dezvoltarea comunicării verbale, non-verbale și paraverbale, precum și a limbajului transformațional; - Dezvoltarea tehnicilor de lucru și control al emoțiilor; - Dezvoltarea capacităților de gestionare a situațiilor conflictuale. <p>C. Obiective atitudinale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dobândirea abilităților necesare pentru a comunica eficient în situații profesionale; - Explicarea importanței practice a cunoașterii corecte și în detaliu a acestor cunoștințe, pentru activitățile viitoare.
---------------------------	--

8. Conținuturi

8.1. Studiu individual echivalent ore curs de la forma I.F. (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	Comunicarea interumană eficientă	2	- Utilizare facilități platformă e-learning (chat, forum) - E-mail - Consultații	Materialului didactic este divizat în unități de studiu, care facilitează învățarea graduală și structurată.
U2	Comunicarea organizațională. Obiectivele și funcțiile comunicării	2		
U3	Comunicarea cu clientul	3		
U4	Tipologia clienților. Tipuri comportamentale în afaceri	3		
U5	Parteneriat și anteprenoriat	3		
U6	Negociere, manipulare și persuasiune	3		
U7	Tehnici și tactici de negociere	3		
U8	Aspecte generale referitoare la negociere – caracteristici și etape	3		
U9	Uzanțe și protocol în negociere	3		
U10	Contractul comercial – rezultat al negocierii	3		

Bibliografie

1. Belch E. George, Michael A. Belch, Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, 10th Edition 10th Edition, McGraw-Hill, 2014
2. Balaban Delia Cristina, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda, PR Trend. Development and Trends in Communication, Mittweida Hochschulverlg, Germany, 2013
3. Cmeciu Camelia – Tendințe actuale în campaniile de relații publice, Editura Polirom, 2013
4. Dortier Jean-Francois, Cabin Philippe; traducător Luminița Roșca, Romina Surugiu, Comunicarea. Perspective actuale, Editura Polirom, Iași, 2010
5. Egan John, Marketing Communications, Second Edition, SAGE Publications Ltd, 2014
6. Fisher – Buttinger Claudia, Vallaster Christine – Noul branding: cum să construiești capitalul unei mărci, Editura Polirom, 2011
7. Green Andy – Comunicarea eficientă în relațiile publice. Crearea mesajelor și relațiilor sociale, Editura Polirom, 2009
8. Hackley Chris, Rungpaka Amy Hackley, Advertising and Promotion, Third Edition, SAGE Publications Ltd, 2014
9. Marinescu Valentina, Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici, Editura CH Beck, București, 2009
10. Mucchielli Alex – Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare, Editura Polirom, 2015
11. Pringle Hamish, Field Peter– Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci, Editura Polirom, 2011
12. Prutianu Ștefan, Tratat comunicare și negociere în afaceri, Editura Polirom, Iași, 2008
13. Secară Carmen, Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar - , Editura Sitech, Craiova, 2011
14. Stanciu Tolea Claudia, Comunicare și negociere comercială – curs universitar destinat studenților I.F.R., suport electronic, 2016

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor și a referatelor	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipa - conversația euristică	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Rolul și importanța comunicării. Reguli de bază ale comunicării. Perturbații în comunicare.	3		
3	Funcțiile comunicării și particularitățile comunicării în afaceri. Etica comunicării în afaceri.	2		
4	Deprinderile comunicării în afaceri. Deprinderi în recepționarea mesajelor. Deprinderi de interpretarea mesajelor. Deprinderi de redarea mesajelor.	2		
5	Tehnici de comunicare. Ascultarea. Înregistrarea și tratarea informațiilor. Întrebările. Relansările. Discuția normală.	3		
6	Pregătirea dosarului negocierii. Strategii de negociere.	2		
Bibliografie				
<ol style="list-style-type: none"> Egan John, Marketing Communications, Second Edition, SAGE Publications Ltd, 2014 Hackley Chris, Rungpaka Amy Hackley, Advertising and Promotion, Third Edition, SAGE Publications Ltd, 2014 Hamish Pringle, Peter Field – Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci, Editura Polirom, 2011 Marinescu Valentina, Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici, Editura CH Beck, București, 2009 Mucchielli Alex – Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare, Editura Polirom, 2015 Popa Ioan, Negocierea comercială internațională, Editura Economică, 2009 Rujoiu Marian, Biblia negociatorului, Editura Vidia, 2011 Secară Carmen, Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar -, Editura Sitech, Craiova, 2011 Stark Peter, Flaherty Jane, Ghid practic de negociere, Editura Amaltea, 2010 Stanciu Tolea Claudia, Comunicare și negociere comercială – curs universitar destinat studenților I.F.R., suport electronic, 2016 				

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori din domeniul aferent programului

- Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările angajatorilor din domeniu afacerilor
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora

Notă: Universitate din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Studiu individual, echivalent curs de la forma I/F.	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare finală (scris).	50%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz;	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog.	20%
	- gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă și a proiectului	-Prezentarea orală a temei de casă; -Chestionare orală.	30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul comunicării și negocierii 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei		

Data completării
26 septembrie 2017

Titular disciplină,
Lect.univ.dr. Claudia Stanciu-Tolea

Titular de seminar,
Lect. univ. dr. Eliza Antoniu

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Daniela Mihai

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela Mihai

Director Centrul IFR
Conf. univ. dr. Mădălina Brutu