



UNIVERSITATEA „VALAHIA” DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT-MARKETING

FIȘA DISCIPLINEI
AN UNIVERSITAR 2025-2026

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Valahia din Târgoviște
1.2 Facultatea/Departamentul	Facultatea de Științe Economice
1.3 Departamentul	Management-Marketing
1.4 Domeniul de studii	Management
1.5 Ciclu de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Management ID

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare și negociere în afaceri						
2.2 Coordonator de disciplină	Conf. univ. dr. Laura MARCU						
2.3 Tutore	Conf. univ. dr. Laura MARCU						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	colocviu	2.7 Regimul disciplinei	DD și Dob
DF – disciplină fundamentală; DS – disciplină de specialitate; DC – disciplină complementară; DOB – disciplină obligatorie; DOP – disciplină opțională.							

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore de autoinstruire (AI) pe semestru	20	3.2 Număr de ore de AT/AA pe semestru	4	3.3 Număr de ore de TC pe semestru	6
3.4 Total ore pe semestru din planul de învățământ					30
3.5 Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate sau pe teren					20
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					24
Examen/Colocviu					2
Alte activități					4
3.6 Total ore de activități de autoinstruire suplimentare					70
3.7 Total ore pe semestru					100
3.8 Numărul de credite					4

4. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	- C2. Elaborarea și implementarea de strategii și politici ale organizației - C5. Fundamentarea, adoptarea și implementarea deciziilor pentru organizații de mică complexitate (în ansamblu sau pe o componentă) - C6. Utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în aplicarea metodelor, tehnicilor și procedurilor manageriale
Competențe transversale	- CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă - CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei

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

5.1 Obiectivul general al disciplinei	- Înțelegerea locului comunicării în activitatea unei organizații și a importanței procesului de negociere pentru buna funcționare a relațiilor de piață
5.2 Obiectivele specifice	- înțelegerea rolului comunicării pentru activitatea unei firme - înțelegerea mecanismelor și formelor de comunicare - însușirea cunoștințelor necesare organizării eficiente a comunicării în cadrul firmei cunoașterea regulilor, principiilor și tehnicilor de negociere în afaceri

6. Conținutul activităților ce urmează a fi parcurse:

6.1. În cadrul activităților de autoinstruire (AI) vor fi studiate, după suportul de curs ID și a bibliografiei indicate, următoarele teme:	Numărul de ore necesar studiului fiecărei unități de învățare	Surse bibliografice minimale cu indicarea paginajului
U.I.1. Procesul de comunicare	1 oră	Suport de curs ID – pp. 11-14
U.I.2. Tipuri de comunicare în activitatea firmelor și organizațiilor	2 ore	Suport de curs ID – pp. 15-20
U.I.3. Campania de comunicare externă	2 ore	Suport de curs ID – pp. 21-28
U.I.4. Metode și tehnici de comunicare de firmă: Publicitatea	2 ore	Suport de curs ID – pp. 29-35
U.I.5. Metode și tehnici de comunicare de firmă: Promovarea vânzărilor	1 oră	Suport de curs ID – pp. 36-41
U.I.6. Metode și tehnici de comunicare de firmă: Relațiile publice	3 ore	Suport de curs ID – pp. 42-48
U.I.7. Metode și tehnici de comunicare de firmă: Manifestările expoziționale	2 ore	Suport de curs ID – pp. 49-55
U.I.8. Metode și tehnici de comunicare de firmă: Marketingul direct	1 oră	Suport de curs ID – pp. 56-60
U.I.9. Complementaritatea metodelor de comunicare. Mixul de comunicare	1 oră	Suport de curs ID – pp. 61-68
U.I.10. Negocierea și etapele sale	1 oră	Suport de curs ID – pp. 73-81
U.I.11. Decizii strategice privind negocierea în afaceri	2 ore	Suport de curs ID – pp. 82-89
U.I.12. Influențe culturale în negociere	2 ore	Suport de curs ID – pp. 90-98
Total	20 ore	

Bibliografie alternativă și obligatorie (consultarea unui manual la alegere din lista de mai jos este necesară și obligatorie în vederea completării cunoștințelor):

1. MARCU, Laura, Comunicarea integrată de marketing în practica micilor afaceri, Ed. Zven, Târgoviște, 2024, pp. 9-33, 98-103.
2. MARCU, Laura, Marketing Research. Concepts, Methods and Practical Advices, Lambert Academic Publishing, Chișinău, 2022, pp. 23-41.
3. MARCU, Laura, Introducere în publicitate, Ed. Prouniversitaria, București, 2018, pp. 24-29, 40-54, 61-65, 74-95, 103-138, 163-169.
4. PRUTIANU, Ștefan, Manual de comunicare și negociere în afaceri, Polirom, Iași, 2000, pp. 15-50, 104-107, 149-182, 235-252, 281-300.
5. SASU, Constantin, Marketing internațional, Ed. Polirom, 2005, pp. 63-83.
6. SCOTT, Bill, Arta negocierilor, Ed Tehnică, București, 1996, pp. 13-26, 41-46, 59-65, 71-75, 107-126.
7. ZAMFIR, Moise, Relații Marketing. Ghid pentru participarea la târguri și expoziții, Ed. Dacia, Cluj-Napoca, 2007, , pp. 36-42, 46-56, 79-89, 145-150, 204-223, 328-331.

6.2 AT/AA-uri:	Număr de ore alocat	Observații
AT.1. Tipuri de comunicare în activitatea firmelor și organizațiilor.	2 ore	Întâlnirile se vor desfășura potrivit calendarului disciplinei
AT.2. Metode și tehnici folosite în comunicare.	2 ore	
6.3 TC-uri:		
TC. 1. Complementaritatea modalităților și tehnicilor de comunicare	3 ore	Termen de predare – aprilie 2026

TC. 2. Organizarea activității de comunicare	3 ore	Termen de predare – aprilie 2026
Bibliografie suplimentară:		
1. BAKER, Michael, Marketing, Societatea Știință și Tehnică, București, 1997, pp. 371-393. 2. BALABAN, Delia Cristina, Publicitatea, de la planificarea strategică la implementarea media, Polirom, Iași, 2009, pp. 9-22, 127-185, 198-210. 3. DAGENAIS, Bernard, Campanie de relații publice, Polirom, Iași, 2003, pp. 196-225, 257-290. 4. DAVID, George, Tehnici de relații publice. Comunicarea cu mass-media, Polirom, Iași, 2008, pp. 37-190. 5. GODDARD, Angela, Limbajul publicității, Polirom, Iași, 2002, pp. 32-57, 96-116. 6. MARCENAC, Luc, MILON, Alain, SAINT-MICHEL, Serge-Henri, Strategii publicitare. De la studiul de marketing, la alegerea diferitelor media, Polirom, Iași, 2006, pp. 169-356. 7. STANTON, Nicki, Comunicarea, Societatea Știință și Tehnică, București, 1995, pp. 1-16. 8. STANCIU, Valentin, STOICA, Marcela, STOICA, Adrian, Relații publice. Succes și credibilitate, Ed. Concept Publishing, București, 1997, pp. 53-68, 200-245. 9. Țimonea, Dorin, "Culorile și simbolistica. Ce semnifică cele mai importante nuanțe din viața noastră", Adevărul.ro, 29 mai 2017, http://adevarul.ro/locale/alba-iulia/culorile-simbolistica-semnifica-cele-mai-importante-nuante-viata-noastra-1_592a9e635ab6550cb8871eed/index.html		

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

Utilizarea de exemple privind activitatea de comunicare realizată de firme care activează în România sau la nivel internațional. Cursul oferă soluții concrete de realizare a comunicării în firme și organizații, indiferent de domeniul de activitate și mărimea acestora.

8. Evaluare

Tip activitate	8.1 Criterii de evaluare	8.2 Metode de evaluare	8.3 Pondere din nota finală
8.4. Evaluarea sumativă (la examen):	- corectitudinea și completitudinea cunoștințelor;	Probă scrisă (atât în cazul desfășurării examenului față în față, cât și on-line)	60%
	- coerența logică în exprimarea cunoștințelor;		
	- gradul de asimilare a limbajului de specialitate;		
8.5. Rezolvarea sarcinilor de lucru	- capacitatea de a opera cu noțiunile prezentate;	Rezolvarea temelor de control de pe platforma MOODLE (TC-uri)/	40%
	- capacitatea de a corela între ele și aplica noțiunile teoretice învățate		
8.6 Standard minim de performanță: Obținerea notei 5 la evaluarea finală Cunoașterea noțiunilor de bază specifice disciplinei Capacitatea de a realiza proiecte de dificultate medie			

Data completării
24.09.2025

Coordonator de disciplină
Conf. Univ. dr. Laura Marcu

Data avizării în
departament
30.09.2025

Director de departament
Conf.univ.dr. Violeta - Andreea ANDREIANA

Data avizării în
Consiliul Facultății
30.09.2025

Decan
Conf.univ.dr.habil. Maria - Cristina ȘTEFAN