



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

FIȘA DISCIPLINEI

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	ADMINISTRAREA AFACERILOR
1.5 Ciclu de studii	LICENTA
1.6 Programul de studii/Calificarea	ECONOMIA COMERTULUI ,TURISMULUI SI SERICIILOR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare si Relatii Publice in Afaceri						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ.dr.habil.Florea Nicoleta Valentina						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ.dr.habil.Florea Nicoleta Valentina						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Obl.

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

3.1 Număr de 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					24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					11
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					11
Examinări					2
Alte activități: studii de caz					-
3.7 Total ore studiu individual					58
3.8 Total ore pe semestru					100
3.9 Numărul de credite					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Management, Marketing, Microeconomie
4.2 de competențe	Etica în afaceri

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Tablă electronica / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro)
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Tablă electronica / În sistem online prin utilizarea platformei e-learning Moodle (https://moodle.valahia.ro)

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C8. Utilizează tehnici de comunicare C9. Asigură legătura cu agențiile de publicitate
Competențe transversale	CT1. Dă dovadă de inițiativă

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea viitorilor specialiști cu temeinice cunoștințe privind funcția de comunicare și a tehnicilor de relații publice în afaceri
7.2 Obiectivele specifice	- înțelegerea impactului pe care îl are climatul suportiv, ascultarea activă și feedback-ul asupra performanței în comunicare și PR, - cunoașterea și înțelegerea fundamentelor teoretice ale comunicării și relațiilor publice în afaceri, - asigurarea cunoștințelor necesare formulării și aplicării deciziilor de comunicare și PR în condițiile economiei de piață concurențiale și a planului de PR- formula RACE.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Conceptul de comunicare 1.1. Definirea procesului de comunicare 1.2. Elementele unui proces de comunicare 1.3. Tipologia comunicării	Expunerea, explicația, conversația	2 ore
Curs 2 Rol, obiective și tehnici de comunicare 2.1. Rolul comunicării 2.2. Obiectivele comunicării 2.3. Tehnici de comunicare (verbala, scrise și non-verbala)	Expunerea, explicația, conversația	2 ore
Cursul 3. Canale, rețele și structuri de comunicare 3.1. Canale de comunicare 3.2. Rețele de comunicare 3.3. Structuri de comunicare	Expunerea, explicația, conversația	2 ore
Cursul 4. Bariere de comunicare. Cai de eficientizare 4.1. Bariere de comunicare 4.2. Factori de influență interni și externi asupra comunicării 4.3. Cai de eficientizare	Expunerea, explicația, conversația	2 ore
Cursul 5. Formele comunicării 8.1. Comunicarea intrapersonală 5.2. Comunicarea interpersonala 5.3. Comunicarea de grup 5.4. Comunicarea publică 5.5. Comunicarea de masă	Expunerea, explicația, conversația	2 ore
Cursul 6. Relațiile publice- Principii. Obiective 6.1. Definirea relațiilor publice 6.2. Obiectivele PR-ului	Expunerea, explicația, conversația	2 ore
7. Tehnici și instrumente utilizate în PR. Avantaje și dezavantaje 7.1. Tehnici și instrumente utilizate în PR 7.2. Avantaje și dezavantaje		2 ore
8. Factori interni și externi ce influențează PR-ul 8.1. Factorii interni. Caracteristici 8.2. Factorii externi. Caracteristici 8.3. Bariere în calea eficienței PR-ului		2 ore
9. Avantaje și dezavantaje ale externalizării/internalizării funcției de PR 9.1. Externalizarea PR-ului 9.2. Internalizarea PR-ului 9.3. Avantaje și dezavantaje		2 ore
Curs 10. Campanii de PR. Studii de caz 10.1. Campaniile bazate pe dialog 10.2. Campaniile bazate pe informare 10.3. Campaniile bazate pe educație publică și implicare 10.4. Campanii de persuasiune 10.5. Beneficii ale folosirii unei campanii de PR eficiente	Expunerea, explicația, conversația	2 ore
Curs 11. Tehnici și metode de PR 11.1. Tehnici audio-vizuale de PR	Expunerea, explicația, conversația	2 ore

11.2. Tehnici scrise de PR		
Curs 12. Strategia de PR. Planul de PR- formula RACE 14.1. Procesul de PR. Planul de PR. Strategia de PR 14.2. Formula RACE	Expunerea, explicația, conversația	2 ore
Curs 13. Responsabili de PR. Cariere în PR 12.1. Sarcinile specialistului în comunicare și relații publice 12.2. Atribuții și caracteristici ale specialistului în comunicare și relații publice 12.3. Abilități și competențe ale specialistului în comunicare și relații publice 12.4. Activități specifice specialiștilor de PR 12.5. Roluri ale specialiștilor de PR	Expunerea, explicația, conversația	2 ore
Curs 14. Legătura dintre PR și alte activități organizaționale 13.1. Legătura PR- stakeholderi 13.2. Legătura PR- marketing 13.3. Legătura PR- comportament etic 13.4. Legătura PR- responsabilitate socială corporativă 13.5. Legătura PR- brand 13.6. Legătura PR- cultura organizațională	Expunerea, explicația, conversația	2 ore
Bibliografie		
Afrilyasanti, R., Basthomi, Y. (2024). Multilingual interventions in feedback: communication strategy in teacher professional development training, <i>International Journal of Multilingualism</i> , Bi, X., Zhang, T. (2024). Pedagogical sentiment analysis based on the BERT-CNN-BiGRU-attention model in the context of intercultural communication barriers, <i>PEERJ Computer Science</i> , 10, DOI 10.7717/peerj-cs.2166 Bowen S.A., <i>An Overview of the PR Function</i> , Business Expert Press, LLC, NY, USA, 2010, Bowman J.M., <i>Nonverbal Communication. An Applied Approach</i> , SAGE Pub., 2024 Du-Babcock B., Babcock R., <i>The Art of Intercultural Business Communication A Competency-Based Approach</i> , Du-Babcock B., Babcock R., 2024 Florea N.V., <i>Comunicare si relatii publice in afaceri</i> , support de curs, FSE, UVT, 2025-2026, Florea N.V., Tanasescu D.A., <i>Comunicare, protocol si eticheta in afaceri</i> , Editura Mustang, Bucuresti, 2019, Florea N.V., <i>Comunicarea organizationala in contextual globalizarii</i> , Editura ProUniversitaria, Bucuresti, 2017, Florea N.V., Tanasescu I., "Improving Communication with Internal Public and Customers of an Industrial Company – a Major Challenge along Supply Chain", Volumul "Supply Chain Strategies and the Engineer-to-Order Approach", Ed. IGI Global, Hershey, USA, p.17-42, 2016, Gregory A., <i>Planning and managing PR campaigns</i> , Kogan Page, London, 2010, Horgan T.G., <i>The Nonverbal Communication of Our Gendered and Sexual Selves</i> , Palgrave Macmillan, 2024. Krizan A.C., et al., <i>Business Communication</i> , 8th edition, Cengage Learning, 2011, Liu L., et al., How Managerial Communication Affects Work Engagement of Public Employees: Evidence from China, <i>International Journal of Public Administration</i> , DOI 10.1080/01900692.2025.2453596, 2025 Lund A.K., Refshaug M., <i>Mastering Corporate Communication. A Modern Guidebook for Future-fit Strategies, Tools and Skills</i> , Samfundsliteratur, 2024 Moss D., DeSanto B., <i>PR cases. International perspectives</i> , Routledge, London, 2002, Newsom D. et al., <i>Totul despre relatiile publice</i> , traducere, Editura Polirom, 2003, Oliver S., <i>Public relations strategy</i> , Kogan Page Ltd, London, UK, 2004, Reddi C.N.V., <i>Effective PR and media strategy</i> , PHI Learning Ltd., ND, India, 2009, Schachtebeck T., <i>Internet chat communication. A fightrope walk between oral communication and written communication</i> , Seminar paper, Grin, Berlin, 2005, Skogrand B., <i>PR. Insights on media relations and reputation management</i> , LLC, 2013, Swann P., <i>Case in PR management</i> , Routledge, NY, USA, 2014, Tanasescu D., Florea N.V., <i>Comunicare si relatii publice in afaceri. Studii de caz si aplicatii. O abordare manageriala</i> , Editura Mustang, Bucuresti, 2016, Tanasescu D., <i>Relatii publice si de protocol</i> , Editura Bibliotheca, Targoviste, 2008, Tanasescu D. et al, <i>Comunicare integrata</i> , Editura Bibliotheca, Targoviste, 2014, Tench R., Yeomans L., <i>Exploring PR</i> , Pearson Edu.Ltd, England, 2009, Theaker A., Yaxley H., <i>The PR strategic toolkit</i> , Routledge, USA, 2013.		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
S1. Introducere in comunicare. Elementele comunicarii 1.1. Comunicarea 1.2. Elementele comunicarii- explicatii, rol, caracteristici Exemple	explicația, aplicații practice.	2 ore
S2 Comunicarea verbala, nonverbala si scrisa 2.1. Planul POWER- faze 2.2. Scrierea unui mesaj conform planului POWER Exemple si Aplicatii. Rol de joc.	explicația, aplicații practice.	2 ore
S3. Imbunatatirea comunicarii dintre manageri si angajati folosind legea lui Schuttler si modelarea matematica. Aplicatii. Tema	explicația, aplicații practice.	2 ore

3.1. Aplicarea Legii lui Schuttler nr.1: comunicarea dintre angajati si manageri. 3.2. Punctaje obtinute pe cele 3 zone de analiza 3.3. Plan de imbunatatire Studii de caz si aplicatii		
S4. Imbunatatirea comunicarii verbale si non-verbale cu clientii folosind: 4.1. tehnica „Celor 6 palarii ganditoare- The six thinking hats” Aplicatii. 4.2. formula VATOT bazata pe cele 5 simturi- comunicarea si marketingul senzorial Aplicatii	explicatia, aplicatii practice.	2 ore
Seminar 5 Campaniile de PR 5.1. Tipologie 5.2. Prezentarea unei campanii de catre fiecare echipa 5.3. Dezvoltarea unui mesaj pentru campania... folosind urmatoarele metode/modele: principiul AIDA, cei 4P, cei 4A,	explicatia, aplicatii practice.	2 ore
S6. Comunicarea scrisa si verbala cu candidatii in timpul proceselor de recrutare si selectie 5.1. Recrutarea- marketingul recrutarii, anuntul de recrutare, 5.2. Selectia- interviul de selectie si comunicarea verbala si nonverbala 5.3. Redactarea anuntului de recrutare conform principiilor AIDA. Studii de caz. Aplicatii.	explicatia, aplicatii practice.	2 ore
S7. PR- definitie, planul si procesul de PR 7.1. Activitatile procesului de PR- Formula RACE- cercetarea, planificarea (obiective, mijloace, criterii, formularea mesajului, stabilirea bugetului si a calendarului), actiunea si evaluarea. 7.2. Studii de caz- Peugeot, Edelman si Marriot Hotel Aplicatii pe o companie cunoscuta. Aplicatii	explicatia, aplicatii practice.	2 ore
Bibliografie		
Clarck T.D., <i>POWER Communication: Plan, Organize, Write, Edit, Revize</i>, CommuniSkills, 1994, Cornelissen J., <i>Corporate communication : a guide to theory and practice</i>, Sage Publication Ltd, USA, 2011, De Bono E., <i>The six thinking hats</i>, Penguin Books, 2016, De Bono E., <i>Şase pălării gânditoare: metodă de gândire rapidă</i>, Curtea Veche Pub., 2021, Florea N.V., Tanasescu D.A., <i>Comunicare, protocol si eticheta in afaceri</i>, Mustang, 2019, Florea N.V., <i>Comunicarea organizationala in contextul globalizarii</i>, Editura ProUniversitaria, Bucuresti, 2017, Florea N.V., Tanasescu I.A., <i>“Improving Communication with Internal Public and Customers of an Industrial Company – a Major Challenge along Supply Chain”</i>, Florea N.V., Tanasescu I., capitol in volumul “Supply Chain Strategies and the Engineer-to-Order Approach”, Ed. IGI Global, Hershey, USA, mar. 2016, p. 17-42, Florea N.V., Tanasescu I., <i>PR communication- a transaction between organization management and its target publics</i>, 16-19 apr., Conferinta Internationala LUMEN 2015, Florea N.V., <i>“Implementing a model of strategic communication to obtain organizational performance”</i>, Revista AFT, Sibiu, sept. 2014, Florea N.V., <i>Training, coaching, mentoring. Metode si modele</i>, C.H.Beck, Bucuresti, 2014, Florea N.V., <i>Auditul resurselor umane</i>, Editura C.H.Beck, 2013, Bucuresti, Florea N.V., <i>Communication during human resources recruitment, selection and integration processes in organizations</i>, Universitatea Ovidius din Constanţa, 21-22.05.2010, Florea, N. V., Croitoru, G. (2025). The Impact of Artificial Intelligence on Communication Dynamics and Performance in Organizational Leadership. <i>Administrative Sciences</i>, 15(2), 1-33, DOI 10.3390/admsci15020033, 2025 Fujishin R., <i>Creating communication: exploring and expanding your fundamental communication skills</i>, Rowman & Littlefield, USA, 2009, Gregory A., <i>Planning and managing PR campaigns</i>, Kogan Page, London, 2010, Krizan A.C., et al., <i>Business Communication</i>, 8th edition, Cengage Learning, 2011, Moss D., DeSanto B., <i>PR cases. International perspectives</i>, Routledge, London, 2002, Newsom D. et al., <i>Totul despre relatiile publice</i>, traducere, Editura Polirom, 2003, Oliver S., <i>Public relations strategy</i>, Kogan Page Ltd, London, UK, 2004, Reddi C.N.V., <i>Effective PR and media strategy</i>, PHI Learning Ltd., ND, India, 2009, Schuttler R. et al., <i>Laws of communication: the intersection where leadership meets employee performance</i> John Wiley & Sons, USA, 2010, Silaban, P. H.; Chen, W.K.; Eunike, I. J.; Silalahi, A.D.K. (2023). Traditional restaurant managers' use of sensory marketing to maintain customer satisfaction: Findings from PLS-SEM and fsQCA, <i>Cogent Business & Management</i>, 10(1), DOI 10.1080/23311975.2023.2196788, Untaru, E.; Ispas, A. (2013). Why do Young People Prefer Fast-Food Restaurants? An Exploratory Study. <i>Journal of Tourism, Studies and Research in Tourism</i>. Issue, 15, 27-34 Yuan, W.; Guo, F.; Li, M.; Song, H. (2024). Effects of sensory cues on consumers' wine taste perceptions and behavior: evidence from a wine-tasting experiment, <i>International Journal of Contemporary Hospitality Management</i>,		

DOI 10.1108/IJCHM-08-2023-1160

Tanasescu D., Florea N.V., *Comunicare si relatii publice in afaceri. Studii de caz si aplicatii. O abordare manageriala*, Editura Mustang, Bucuresti, 2016,

Tanasescu D., Florea N., Tanasescu I., *E-communication and e-development- efficient responses for customer expectations along e-supply chain*, Conferinta SCM for ECR, 30-31 oct.2015,

Tanasescu D., Florea N.V., Tanasescu I., *Lack of comunication and information sharing- barriers in obtaining a good collaboration along supply chain*, SCM4ECR, 28-29 oct 2016, VJES.

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

Studentii mai bine pregătiți în organizarea activității de Comunicare si relatii publice in afaceri, dobândirea cunoștințelor si abilitatilor de comunicare, dezvoltarea unei strategii eficiente de comunicare, a unui plan de PR si a formulei RACE.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
	Evaluarea cunoștințelor acumulate	Test de evaluare scris- fizic	50%
10.5 Seminar/laborator	Activitatea fizica/online a studentilor	Raspunsurile la alte teme decat lucrarea practica	10%
	Lucrare practică/referate	Analizarea răspunsurilor la lucrarea practică/referate (depuse fizic si trimise pe platforma Moodle sau prin e-mail).	40%
10.6 Standard minim de performanță: Cunoașterea noțiunilor de bază specifice disciplinei. Capacitatea de a rezolva probleme și teste de dificultate medie			

Data completării
25.09.2025

Titularul de curs
Conf.univ.dr.habil. Florea Nicoleta Valentina

Titularul de aplicații
Conf.univ.dr.habil. Florea Nicoleta Valentina

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