



FIȘA DISCIPLINEI
COMUNICARE ȘI NEGOCIERE ÎN AFACERI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA HYPERION BUCUREȘTI
1.2. Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3. Departamentul	ȘTIINȚE ECONOMICE
1.4. Domeniul de studii	MANAGEMENT
1.5. Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6. Programul de studii/Calificarea	MANAGEMENT / ECONOMIST
1.7. Forma de învățământ	IF

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	COMUNICARE ȘI NEGOCIERE ÎN AFACERI			Codul disciplinei	SMAN.III.02.06		
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Șerban Țăranu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Șerban Țăranu						
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	Obligatorie DD

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar / laborator / proiect	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar / laborator	28
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					33
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					16
Pregătire seminarii/laboratoare/proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					12
Tutoriat (consiliere profesională)					4
Examinări					2
Alte activități (consultații)					2
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					69
3.8. Total ore pe semestru (număr de credite * 25 ore)					125
3.9. Numărul de credite					5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)





5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none">• amfiteatru cu minim 50 de locuri;• prelegerea se desfășoară în săli cu echipament multimedia, tablă și instrumente de scris (cretă, marker).
5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none">• sală cu echipament multimedia, dotată cu tablă și instrumente de scris (cretă, marker).

6.1. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale / esențiale	CC1 competențe multilingvistice; CC4 competențe personale, sociale și de a învăța să înveți; CC5 competențe antreprenoriale CP1 Elaborează politici economice CP2 Include criteriile economice în procesul decizional
Competențe transversale	CT1 Gândește analitic CT2 Îi conduce pe alții

6.2. Rezultatele învățării

Cunoștințe	C01 Studentul/Absolventul identifică obiectul de studiu al științei managementului, pe baza unor cunoștințe avansate legate de procesele de management, funcțiile manageriale, funcțiunile firmei precum și a instrumentarului managerial utilizat în cadrul organizațiilor, în vederea adoptării deciziilor optime la orice nivel. C06 Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe antreprenoriale, pe baza identificării și aplicării principiilor de performanță în domeniul investițional, prin prisma documentațiilor specifice (studii de fezabilitate și planuri de afaceri). C15 Studentul/Absolventul identifică și analizează teoriile, conceptele și instrumentarul necesar proceselor manageriale în corelație cu mediul organizației. formării echilibrelor în diferite situații de concurență. C34 Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind înțelegerea dinamicii grupurilor, relațiilor interpersonale și culturii organizaționale. C35 Studentul/Absolventul operează cu constructe teoretice privind înțelegerea modului în care procesele cognitive și emoționale influențează deciziile economice și manageriale.
Aptitudini	A05 Studentul/Absolventul dezvoltă abilități avansate de comunicare și raportare în cadrul proiectelor și de formare a echipelor de proiect. A06 Studentul/Absolventul dezvoltă abilități antreprenoriale (gândire creativă, inovare, adoptare de decizii, educație financiară, negociere) pentru derularea proceselor investiționale. A09 Studentul/Absolventul dezvoltă abilități organizatorice și de comunicare în cadrul echipelor, legate de planificarea producției și fundamentarea capacității optime, pe baza alocării optime a resurselor pentru atingerea obiectivelor propuse. A13 Studentul/Absolventul dezvoltă aptitudini privind selecția, recrutarea și motivarea resursei umane într-o organizație, planificarea necesarului de angajați, precum și evaluarea performanțelor resurselor umane într-o organizație. A19 Studentul/Absolventul comunică utilizatorilor informații din rapoartele financiare. A22 Studentul/Absolventul utilizează abordarea integrată a cadrului conceptual și





	<p>metodologic, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi.</p> <p>A32 Studentul/Absolventul aplică metode și analizează și interpretare a reglementării și a mecanismelor legale aplicabile în relațiile de afaceri.</p> <p>A33 Studentul/Absolventul aplică registre și variante lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină în scopul construirii unui demers argumentativ complex.</p> <p>A34 Studentul/Absolventul lucrează eficient în echipe diverse și promovează un mediu de colaborare.</p>
Responsabilități și autonomie	<p>RA08 Studentul/Absolventul demonstrează capacitatea de a realiza analize și studii în domeniul resurselor umane (inclusiv analiza posturilor și a fișelor de post), de a planifica necesarul de angajați într-o organizație, pe baza exercitării poziției de manager de resurse umane.</p> <p>RA09 Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în exercitarea funcțiilor managementului și de asumare a responsabilităților specifice postului de manager pe diferite niveluri ierarhice în cadrul organizațiilor.</p> <p>RA17 Studentul/Absolventul realizează analize complexe asupra mediului intern și extern al organizației, identifică și formulează strategii de marketing și demonstrează capacitatea de asumare și exercitare a funcției/funțiilor de execuție în domeniul marketing.</p> <p>RA25 Studentul/Absolventul contribuie la elaborarea și implementarea de proiecte, studii și analize internaționale complexe privind economia internațională, mediul internațional de afaceri și activitatea internațională sustenabilă a unei companii.</p> <p>RA28 Studentul/Absolventul realizează studii/lucrări/proiecte complexe în limba străină.</p>

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Aprofundarea principalelor concepte teoretice referitoare la activitatea de relații publice.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">Prezentarea celor mai importante metode, tehnici și instrumente utilizate în domeniul relațiilor publice;Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea teoriilor de bază ale domeniului relațiilor publice;Utilizarea metodelor de evaluare adecvate în determinarea eficienței acțiunilor de relații publice.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Noțiunea de comunicare. Modele ale comunicării. Tipuri de comunicare.	Prelegerea/ Explicația/ Demonstrația pe baza prezentărilor video/ Dezbaterea/ Conversația/ Discuția colectivă	Recomandări pentru studenți: Studiu individual pentru aprofundare a aspectelor expuse la curs.
2. Tipuri de comunicare.		
3. Comunicarea verbală, nonverbală și paraverbală.		
4. Noțiunea de negociere. Caracteristicile și importanța negocierilor. Factori direcți și indirecti care influențează procesul de negociere		
5. Principii generale ale procesului de negociere. Clasificarea proceselor de negociere		
6. Psihologia negociatorului. Selecția negociatorilor; echipa de negociere.		
7. Procesualitatea negocierii. Fazele procesului de negociere.		
8. Pregătirea negocierii. Dosarele documentare care fundamentează procesul de negociere.		
9. Strategii de negociere: conținutul gândirii strategice; cerințele elaborării strategiilor de negociere; criteriile pentru generarea tipurilor de strategii;		





modele strategice ale negocierilor.		
10. Tactici de negociere; tactici de comunicare; tactici de influențare; tactici privind detaliile administrative; tactici de preț; alte tactici și tehnici de negociere.		
11. Comportament și uzanțe de protocol în diferite faze ale procesului de comunicare/negociere.		
12. Conflictul în comunicare/negociere și managementul acestuia.		
13. Particularități ale comunicării/negocierii în diferite domenii.		
14. Tendințe în evoluția comunicării și negocierii în afaceri.		

Bibliografie

1. Cojocaru Cristian, Secretele negocierii in afaceri, Editura Evrika Publishing, 2023
2. Dumitrașcu Vadim, Managementul comunicarii si relatii publice in afaceri, Editura Universitară, 2020
3. Hilliard Robert L., Redactarea materialelor pentru televiziune, radio și noile media, Collegium Polirom, Bucuresti, 2013
4. Kruckeberg Dean, VanSlyke Turk Judy, Newsom Doug, Totul despre relațiile publice, Editura Polirom, București, 2010
5. Newsom Doug, Haynes Jim, Redactarea materialelor de relații publice (Editia a II-a), Editura Collegium, Polirom, 2011
6. Radu Raluca-Nicoleta, Deontologia comunicării publice, Collegium Polirom, București, 2015
7. Scott Berkun, Confesiunile unui vorbitor public, Editura Publică, București, 2012

8.2. Seminar/laborator

	Metode de predare	Observații
1. Promovarea imaginii publice în afaceri. – 4 ore	Dezbatere	Studiul materialelor de la curs pentru o pregătire corespunzătoare a seminarului.
2. Prezentarea și participarea la interviuri de angajare. – 4 ore	Dialog	
3. Comunicarea scrisă: CV, scrisoare de intenție, Scrisoare de mulțumire, Portofoliu profesional. – 4 ore	Expunere	
4. Abilități de ascultare activă. – 4 ore	Exemplificare	
5. Abilități de rezolvare a conflictelor în afacerile publice. – 4 ore	Conversația euristică	
6. Deprinderi pentru relațiile publice în afaceri. – 4 ore		
7. Relațiile publice în afacerile dezvoltate în timpul crizelor. – 4 ore		

Bibliografie

1. Cojocaru Cristian, Secretele negocierii in afaceri, Editura Evrika Publishing, 2023
2. Dumitrașcu Vadim, Managementul comunicarii si relatii publice in afaceri, Editura Universitară, 2020
3. Hilliard Robert L., Redactarea materialelor pentru televiziune, radio și noile media, Collegium Polirom, Bucuresti, 2013
4. Kruckeberg Dean, VanSlyke Turk Judy, Newsom Doug, Totul despre relațiile publice, Editura Polirom, București, 2010
5. Newsom Doug, Haynes Jim, Redactarea materialelor de relații publice (Editia a II-a), Editura Collegium, Polirom, 2011
6. Radu Raluca-Nicoleta, Deontologia comunicării publice, Collegium Polirom, București, 2015
7. Scott Berkun, Confesiunile unui vorbitor public, Editura Publică, București, 2012

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

Actualizarea informațiilor semnificative despre comunicare și negociere în afaceri.





10. Evaluare			
Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	- cunoașterea terminologiei utilizate în domeniu; - capacitatea de utilizare adecvată a noțiunilor studiate; - înțelegerea importanței studiilor de caz în domeniu;	lucrări pe parcurs	20%
10.5. Seminar/ laborator	- însușirea problematicii studiate; - capacitatea de a utiliza corect metodele studiate;	prezentarea proiectului	20%
10.6. Evaluare finală		Examen scris	60%
10.7. Standard minim de performanță: La examenul final nota obținută trebuie să fie cel puțin 5. Pentru obținerea notei 5 sunt necesare următoarele: - cunoașterea în proporție de 50 % a informației predate la curs; - activitate la seminar de 50 %;			

11. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)

	Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă

Data completării
02.09.2025

Semnătura titularului de curs
.....

Semnătura titularului de seminar
.....

Data avizării în departament
08.09.2025

Semnătura directorului de departament
.....

