

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

| | |
|--|---|
| 1.1 Instituția de învățământ superior | Universitatea Politehnică din Timișoara |
| 1.2 Facultatea ² / Departamentul ³ | Științe ale Comunicării / Comunicare și Limbi străine |
| 1.3 Catedra | — |
| 1.4 Domeniul de studii (denumire/cod ⁴) | Științe ale comunicării |
| 1.5 Ciclul de studii | Master |
| 1.6 Programul de studii (denumire/cod) / Calificarea | Comunicare în afaceri |

2. Date despre disciplină

| | | | | | | | |
|---|--|---------------|---|-----------------------|---|-------------------------|-------------|
| 2.1 Denumirea disciplinei | Principii și strategii discursive în mediul de afaceri | | | | | | |
| 2.2 Titularul activităților de curs | Conf. dr. Lavinia Suci | | | | | | |
| 2.3 Titularul activităților aplicative ⁵ | Conf. dr. Lavinia Suci | | | | | | |
| 2.4 Anul de studiu ⁶ | 1 | 2.5 Semestrul | 2 | 2.6 Tipul de evaluare | E | 2.7 Regimul disciplinei | obligatorie |

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/practică | 2 |
| 3.4 Total ore din planul de învățământ | 56, din care: | 3.5 curs | 28 | 3.6 activități aplicative | 28 |
| 3.7 Distribuția fondului de timp pentru activități individuale asociate disciplinei | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe | | | | | 46 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren | | | | | 24 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri | | | | | 40 |
| Tutoriat | | | | | 28 |
| Examinări | | | | | 6 |
| Alte activități | | | | | |
| Total ore activități individuale | | | | | 144 |
| 3.8 Total ore pe semestru ⁷ | 56 | | | | |
| 3.9 Numărul de credite | 8 | | | | |

¹Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 (Anexa3).

²Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studiu cărui aparține disciplina.

³Se înscrie numele departamentului cărui i-a fost încredințată susținerea disciplinei și de care aparține titularul cursului.

⁴Se înscrie codul prevăzut în HG nr. 493/17.07.2013.

⁵Prin activități aplicative se înțelege activitățile de: seminar (S) / laborator (L) / proiect (P) / practică (Pr).

⁶Anul de studii la care este prevăzută disciplina în planul de învățământ.

⁷Se obține prin însumarea numărului de ore de la punctele 3.4 și 3.7.

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">• Sală mare; materiale suport: laptop, proiector, tablă |
| 5.2 de desfășurare a activităților practice | <ul style="list-style-type: none">• Sală de seminar cu calculatoare, proiector și tablă |

6. Competențe specifice acumulate

| | |
|---|---|
| Competențe profesionale ⁸ | <ul style="list-style-type: none">• Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării aplicate în mediul de afaceri• Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în vederea rezolvării eficiente și creative a unor situații din mediul de afaceri și sfera publică; |
| Competențe transversale și competențe complementare | <ul style="list-style-type: none">• Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic |

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

| | |
|---------------------------------------|---|
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | <ul style="list-style-type: none">• Conștientizarea existenței principiilor discursive și textuale în comunicare și a posibilității de aplicare a strategiilor |
| 7.2 Obiectivele specifice | <ul style="list-style-type: none">• Învățarea bazelor psihice și cognitive ale principiilor și strategiilor;• Dezvoltarea abilităților de aplicare a principiilor comunicării;• Însușirea unor strategii de comunicare. |

8. Conținuturi

| 8.1 Curs | Număr de ore | Metode de predare |
|--|--------------|---|
| 1. Rolul principiilor și strategiilor în comunicarea verbală orală și scrisă: Implicitul în crearea relației pozitive | 6 | expunere, prelegere, conversație, explicație, exemplu, discuție |
| 1.1. Metacomunicarea și construirea identității (ex: identitatea | | |

⁸ Aspectul competențelor profesionale și competențelor transversale va fi tratat cf. Metodologiei OMECTS 5703/18.12.2011. Se vor prelua competențele care sunt precizate în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior RNCIS (http://www.rncis.ro/portal/page?_pageid=117,70218&_dad=portal&_schema=PORTAL) pentru domeniul de studiu de la pct. 1.4 și programul de studii de la pct. 1.6 din această fișă, la care participă disciplina.

| | |
|---|---|
| organizației) | |
| 2. Reflectarea componentelor comunicării în mesaj | 2 |
| 3. Principii discursive: al cooperării, al politeț ii, al relevanței și maximele lor | 4 |
| 3.1. Funcționarea principiilor discursive în inferența pragmatică | |
| 4. Principii textuale: al procesibilității, clarității, economiei și expresivității | 2 |
| 5. Strategii de realizare a actelor de vorbire și a celor conversaț ionale în comunicare | |
| 5.1. Strategii de realizare a actelor de vorbire (acord, dezacord, solicitare, promisiune); | 6 |
| 5.2. Strategii conversaț ionale (strategiile de implicare; tăcerea) | |
| 6. Strategii ale politeț ii | |
| 6.1. Strategii ale intenț ionalității; Strategii ale indirectiei | 4 |
| 6.2. Strategii ale politeț ii pozitive; Strategii ale politeț ii negative | |
| 7. Strategii argumentative | |
| 7.1. Locurile argumentative (2 ore) | 4 |
| 7.2. Patem și patemizare (2 ore) | |
| <p>Bibliografie⁹</p> <p>Suciu, Lavinia, <i>În căutarea sensului. De la analiza discursului la design-ul comunicării</i>, Ed. Casa Cărții de Știință Cluj & Orizonturi Universitare, Timișoara, 2014</p> <p>Suciu, Lavinia, <i>Discursul-semnătură al Instituției. Miza unei identități și premisei unei relații</i>, Ed. Orizonturi Universitare, Timișoara, 2005</p> <p>Rovența-Frumușani, Daniela, <i>Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze</i>. Tritonic, București</p> <p>Superceanu, Rodica, <i>Elemente de discurs și analiza discursului</i>, Orizonturi Universitare Timișoara, 2000</p> <p>Suciu, Lavinia, Kilyeni, Annamaria, <i>Ghid de comunicare scrisă și orală</i>, Ed Casa Cărții de Știință Cluj & Orizonturi Universitare, Timișoara, 2015</p> <p>Ficeac, Bogdan, <i>Tehnici de manipulare</i>, Nemira, București, 2001</p> | |

⁹Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei iar cel puțin 3 titluri trebuie să se refere la lucrări relevante pentru disciplină, de circulație națională și internațională, existente în biblioteca UPT.

Prutianu, Ștefan, *Comunicare și negociere în afaceri*, Polirom, Iași, 1998

Slama-Cazacu, Tatiana, *Stratagemă comunică ționale și manipularea*, Polirom, Iași, 2000

Moeschler, Jacques, Reboul, Anne, *Dicț ionar enciclopedic de pragmatică*, Editura Echinox, Cluj, 1999

| 8.2 Activități aplicative ¹⁰ | Număr de ore | Metode de predare |
|--|--------------|--|
| 1. Analiza comunicării proiective ca strategie în discursul organiza ției. Analiza comunicării predictive ca strategie în discursul organiza ției. | 4 | Analiză, analiza comparativă, conversa ție, dezbateri, exemplu, simulare, problematizare |
| 2. Identificarea componentelor discursive în produse de comunicare din mediul de afaceri Dezbateri privind efectul lor asupra schimbului verbal. | 4 | |
| 3. Identificarea cazurilor de aplicare și încălcare a principiilor discursive Analiza func ționării principiilor discursive în orientarea semantică a mesajului | 4 | |
| 4. Identificarea și analiza unor erori comise în raport cu principiile textuale în eșantioane de comunicare a organiza ției; Interpretarea rezultatelor analizei | 2 | |
| 5. Analiza strategiilor în eșantioane de comunicare din mediul de afaceri Identificarea diferitelor tipuri de strategii; Analiza efectelor și a implica țiilor acestora; Interpretarea rezultatelor analizei Exerci ții de aplicare a strategiilor | 6 | |
| 6. . Analiza simbolisticii din discursul organiza ției ca strategie argumentativă | 2 | |
| 7. Exerci ții de identificare, interpretare și aplicare a strategiilor argumentative, urmărind: a) Identificarea și analiza locurilor argumentative în discursul din mediul de afaceri a) Utilizarea tehnicilor de prezentare (folosirea vocii, a corpului, a artefactelor) prin simulări de comunicare reală din mediul de afaceri b) Selec ția lingvistică în scopul realizării strategiei de patemizare. | 6 | |

¹⁰Tipurile de activități aplicative sunt cele precizate în nota de subsol 5. Dacă disciplina con ține mai multe tipuri de activități aplicative atunci ele se trec consecutiv în liniile tabelului de mai jos. Tipul activității se va înscrie într-o linie distinctă sub forma: „Seminar:”, „Laborator:”, „Proiect:” și/sau „Practică:”.

Bibliografie¹¹

Suciu, Lavinia, *În căutarea sensului. De la analiza discursului la design-ul comunicării*, Ed. Orizonturi Universitare, Timișoara, 2014
Suciu, Lavinia, *Discursul-semnătură al Instituției. Miza unei identități și a premisei unei relații*, Ed. Orizonturi Universitare, Timișoara, 2005
Roventă-Frumușani, Daniela, *Analiza discursului. Ipoteze și Ipoteze*. Tritonic, București
Suciu, Lavinia, Kilyeni, Annamaria, *Ghid de comunicare scrisă și orală*, Ed Casa Cărții de Știință Cluj & Orizonturi Universitare, Timișoara, 2015.

Baldrige, Letiția, *Codul manierelor în afaceri*, Business Tech Internațional Press, București, 1997

Floyd, Kory, *Comunicarea interpersonală*, Ed. Polirom, Iași, 2013.

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

- Conținutul disciplinei este corelat cu alte programe similare din cadrul altor instituții de învățământ superior din țară și din străinătate și, în același timp încearcă să se adapteze la cerințele pieței muncii

10. Evaluare

| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
|---|---|--|------------------------------|
| 10.4 Curs | Corectitudinea, completitudinea cunoștințelor, calitatea răspunsurilor | Examen scris | 50 % |
| 10.5. Activități aplicative | calitatea și cantitatea intervențiilor din seminar, calitatea portofoliului | Prezentare portofoliu/Expunere Prezența | 50 % |
| 10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui) | | | |
| Nota 5 pentru cunoștințe minime de bază, nota 10 pentru tratarea corectă și creativă a tuturor subiectelor, incluzând informații din bibliografie și studiile de caz. | | | |

¹¹Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.

Data completării
16.12.2016

Titular de curs
(semnătura)



Titular activități aplicative
(semnătura)



Director de departament
(semnătura)

Conf. dr. Vasile Gherneș



Data avizării în Consiliul Facultății¹²
19.12.2016

Decan
(semnătura)

Conf. dr. Daniel Dejica-Carțîș



¹²Avizarea este precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studiu cu privire la fișa disciplinei.