

PSIGOLOGIE ECONOMICĂ ȘI COMUNICAREA ÎN AFACERI
1. Date despre disciplină

Facultatea	Inginerie Economică și Business				
Departamentul	Economie și Management				
Ciclul de studii	Ciclul I, Licență				
Programul de studii	0414.1 Marketing și Logistică				
Anul de studii	Semestrul	Tip de evaluare	Categoria formativă	Categoria de opționalitate	Credite ECTS
I (cu frecvență)	1	Examen	Unitate de curs fundamentală	Unitate de curs obligatorie	4
I (cu frecvență redusă)	1	Examen			

2. Timpul total estimat

Total ore în planul de învățământ	dintre care						
	ore auditoriale				lucrul individual		
	Curs	Seminar	Lucrări de laborator	Lucrări practice	Proiectare	Studiul materialului teoretic	Pregătire aplicații
120(cu frecvență) 120 (cu frecvență redusă)	30	30	-	-	-	30	30
	12	12	-	-	-	48	48

3. Precondiții de acces la disciplină

Conform planului de învățământ	Conform planului de studii. Cursul este o disciplină de bază, care nu necesită studierea prealabilă a altor discipline universitare. Pentru atingerea obiectivelor, studentul trebuie să posede cunoștințe inițiale în domeniul socio-psihologic și competențe obținute în liceu.
--------------------------------	---

4. Competențe specifice acumulate

Competențe Generale/Profesionale	Rezultate ale învățării conform nivelului CNC <i>Absolventul/candidatul la atribuirea calificării poate:</i>
CG4. Utilizarea software și a sistemelor de calcul și operare a datelor specifice domeniului de activitate CP1. Realizarea cercetărilor de marketing CP2. Conceperea și realizarea programelor și a proiectelor de	- analiza procesele micro și macro economice, identificând instrumentarul de cercetare, în funcție de obiective și obiectul de studiu, utilizând tehnici și instrumente digitale; - realiza cercetarea de marketing în baza surselor relevante și obiective de informare, cu scopul de a interpreta și prognoza tendințele actuale și de viitor ale pieței, utilizând tehnici și instrumente digitale - elabora programe și proiecte de orientare spre piață, contribuind la satisfacerea nevoilor consumatorilor;

orientare spre piață	- ajusta activitățile operaționale conform intereselor consumatorilor/publicului-țintă, asigurând realizarea proiectelor de orientare spre piață; - utiliza tehnici creative pentru identificarea soluțiilor în domeniul marketingului, implicit cu ajutorul competențelor de comunicare și muncă în echipă și cu utilizarea softurilor specializate; - elabora strategia de comunicare în funcție de obiectivele stabilite, inclusiv prin utilizarea datelor generate de diverse site-uri, platforme, contribuind la creșterea notorietății și a vizibilității companiilor, brandurilor în cadrul pieței; - identifica instrumentele / modalitățile de implementare și coordonare a campaniilor de comunicare în marketing, consultând diverse rapoarte și soft-uri;
CP4. Valorificarea potențialului creativ în abordarea problemelor profesionale CP7. Implementarea politicii de comunicare în marketing	
CP8. Elaborarea conținutului publicitar	- elabora conținuturi publicitare și determina criteriile de validare a acestora; - elabora media-planuri, bazându-se pe clasamentele de rating generate de softurile specializate în domeniu

5. Conținutul disciplinei

Tematica activităților didactice	Numărul de ore ¹	
	învățământ cu frecvență	învățământ cu frecvență redusă
Tematica cursurilor		
T.1 Introducere în psihologia economică și comunicarea în afaceri	2	2
T.2 Procesele psihice și rolul lor în comportamentul economic	2	
T.3 Psihologia personalității și rolul ei în comportamentul economic și profesional	4	2
T.4 Puterea, leadership-ul și autoritatea în context profesional	2	2
T.5 Aspecte economico-psihologice ale funcțiilor managementului	4	
T.6 Comunicarea ca element esențial al activității profesionale	2	2
T.7 Mecanisme de înțelegere reciprocă în comunicarea economică și de afaceri	4	
T.8 Psihologia comunicării de afaceri în context economic	4	2
T.9 Negocieri de afaceri și strategii de persuasiune	2	
T.10 Managementul conflictelor	4	2
Total curs:	30	12
Tematica seminarelor		
T.1 Introducere în psihologia economică și comunicarea în afaceri	2	2
T.2 Procesele psihice și rolul lor în comportamentul	2	
T.3 Psihologia personalității și rolul ei în comportamentul economic și profesional	4	2
T.4 Puterea, leadership-ul și autoritatea în context profesional	2	2
T.5 Aspecte economico-psihologice ale funcțiilor managementului	4	
T.6 Comunicarea ca element esențial al activității profesionale	2	2
T.7 Mecanisme de înțelegere reciprocă în comunicarea economică și de afaceri	4	

T.8 Psihologia comunicării de afaceri în context economic	4	2
T.9 Negocieri de afaceri și strategii de persuasiune	2	
T.10 Managementul conflictelor	4	2
Total seminare	30	12

6. Referințe bibliografice

Principale	1. Moodle UTM. Psihologia și comunicarea în afaceri http://moodle.utm.md/course/view.php?id=2154 2. Леонов Н. И. Психология делового общения. Москва: Юрайт, 2024 3. Душкина М. Р. Психология влияния в деловом общении и социальных коммуникациях. Москва: Юрайт, 2023 4. Owen Hargie. The Handbook of Communication Skills. 4th Edition. Publisher: Routledge, 2019 5. Ward Cannon. Psychology of Business Communication. Publisher: Amazon Digital Services LLC-Kdp, 2022 Polcanova, A., Cucos, S. Psihologia și comunicarea în afaceri. Îndrumar metodic privind îndeplinirea lucrului individual. Chișinău: Tehnica-UTM, 2022
------------	---

7. Evaluare

Tip de evaluare	Modul de desfășurare, standard minim de performanță	Pondere în nota finală
Evaluare curentă	determina prin aplicarea mediei aritmetice simple în baza notelor obținute în cadrul lecțiilor practice care se vor obține din: - teste de control (după 1–2 teme pe semestru) - activitatea la seminare (rezolvarea de probleme, studii de caz)	15%
Studiu individual	elaborarea și prezentarea publică a unui proiect de cercetare în conformitate cu tematica repartizată, cu respectarea cerințelor de rigoare.	15%
Evaluare periodică	Testul Nr.1	15%
	Testuul Nr.2	15%
Proiect/teză	-	-
Examen semestrial	Scris/oral, în baza Biletului de examinare individual	40%