

**TEMATICĂ ȘI BIBLIOGRAFIE LA DISCIPLINA
”COMUNICARE COMERCIALĂ”
LECT. UNIV. DR. ZAMFIR PAUL BOGDAN**

1. FUNDAMENTELE COMUNICĂRII

- 1.1. Componentele procesului de comunicare
- 1.2. Etapele procesului de comunicare
- 1.3. Niveluri ale comunicării
- 1.4. Forme ale comunicării
- 1.5. Funcțiile comunicării

2. ABILITĂȚILE DE COMUNICARE

- 2.1. Componentele de bază ale abilității de comunicare
 - 2.1.1. Formularea întrebărilor
 - 2.1.1.1. Tipuri de întrebări
 - 2.1.1.2. Cerințe privind utilizarea întrebărilor
 - 2.1.2. Diferența dintre a auzi și a asculta
 - 2.1.2.1. Tipuri de ascultare
 - 2.1.2.2. Bariere în calea ascultării eficiente

3. ABORDAREA STRATEGICĂ A COMUNICĂRII

- 3.1. Comunicarea pe bază de obiective
- 3.2. Strategia comunicării
 - 3.2.1. Problema (Subiectul comunicării)
 - 3.2.2. Obiectivele comunicării
 - 3.2.2.1. Obiectivul general al comunicării
 - 3.2.2.2. Obiectivele specifice ale comunicării
 - 3.2.3. Analiza receptorului și a situației
 - 3.2.4. Structura mesajului (cum comunicăm)
 - 3.2.5. Calitatea mesajelor

4. COMUNICAREA ÎN AFACERI

- 4.1. Coordonate de bază în comunicarea în afaceri
- 4.2. Caracteristici principale ale comunicării în afaceri
- 4.3. Calitățile generale și particulare ale stilului de comunicare în afaceri
 - 4.3.1. Calitățile generale ale stilului de comunicare în afaceri
 - 4.3.2. Calitățile particulare ale stilului de comunicare în afaceri
- 4.4. Partenerii în comunicarea în afaceri

5. COMUNICAREA COMERCIALĂ ÎN AFACERI

- 5.1. Publicitatea – instrumentul principal în comunicarea comercială a firmei
- 5.2. Particularități ale demersului publicitar
- 5.3. Planificarea publicității
- 5.4. Mijloace de comunicare comercială – mediile publicitare

6. COMUNICAREA DE MARKETING

- 6.1. Noțiuni introductive
- 6.2. Componentele comunicării de marketing
- 6.3. Comunicația de marketing la nivelul companiei

7. COMUNICAREA ORGANIZAȚIONALĂ

- 7.1. Comunicarea în cadrul organizației
- 7.2. Canalele de realizare a comunicării organizaționale
- 7.3. Comunicarea formală și comunicarea informală în cadrul organizațiilor

8. RELAȚIILE PUBLICE – STRATEGIE DE COMUNICARE ORGANIZAȚIONALĂ

- 8.1. Importanța relațiilor publice
- 8.2. Instrumente de RP utilizate în relația cu presa
- 8.3. Lobby-ul și sponsorizarea – tehnici specifice utilizate în RP
- 8.4. Alte tehnici utilizate în RP

BIBLIOGRAFIE

1. Cabin, P., Dortier, J.-F. (coord) - Comunicarea – perspective actuale, Editura Polirom, Iași, 2010.
2. Coman, C. - Relațiile publice. Principii și strategii, Editura Polirom, Iași, 2011.
3. Green, A. - Comunicarea eficientă în relațiile publice. Crearea mesajelor și relațiile sociale, Editura Polirom, Iași, 2009.
4. Hurduzeu, R. E. - Comunicarea nonverbală în afaceri, Editura Universitară, București, 2015.
5. McGregor D. - The Human Side of Enterprise, Annotated Edition, McGraw-Hill, New York, 2017.
6. Neamțu A., Neamțu L. - Comunicare și relații publice, Editura Academica Brâncuși, Tg-Jiu, 2007.
7. Neamțu A., Neamțu L. - Comunicare, negociere și relații publice în afaceri, Editura Academica Brâncuși, Tg-Jiu, 2009.
8. Newssom, D., Carrell, B.- Redactarea materialelor de relații publice, Editura Polirom, Iași, 2014.
9. Păuș, V.A. - Comunicare și resurse umane, Editura Polirom, Iași, 2006
10. Pânișoară, I.-O. - Comunicarea eficientă – metode de interacțiune educațională, Editura Polirom, Iași, 2004.
11. Peretti, A., Legrand, J.-A., Boniface, J., Tehnici de comunicare, Editura Polirom, Iași, 2011
12. Popescu, D. M. - Comunicare și negociere în afaceri, Editura Bibliotheca București, 2010.
13. Popescu, M. - Comunicarea și negocierea în afaceri, Editura Pro Universitaria, București, 2016.
14. Prutianu, Șt. - Tratat de comunicare și negociere în afaceri, Editura Polirom, Iași, 2008.
15. Rotaru, I. - Comunicarea virtuală. Impactul noilor tehnologii informaționale și comunicative în spațiul educațional contemporan, Tritonic, București, 2010.