



**PA 7.5.1**  
**PROGRAMA ANALITICĂ**  
**(CURRICULUMUL CURSULUI)**

RED.: 01

DATA: 19.11.2008

Pag. 1 / 3

Aprobat la ședința Departamentului Limbi Moderne, proces-verbal nr. 9 din 22 iunie 2018

**Șef departament** \_\_\_\_\_

Coordonat cu Comisia Metodică a facultății REI

**Șef Comisie Metodică** \_\_\_\_\_

Aprobat la Consiliul Facultății REI, proces verbal nr. \_\_\_\_\_ din \_\_\_\_\_

**Președinte**

Denumirea cursului	<b>Engleza de afaceri</b> (obiectiv de atins: Nivelul B1)
Titularii cursului	Diaconu Luminita, lector superior universitar; Chiosea Angela, lector universitar

Ciclul ( <i>L-licența, M-masterat</i> )	L	Codul cursului	G.01.O.006.33	Anul	I	Semestrul	I
Nr. credite	5	Limba de instruire	engleza	Forma de evaluare finală ( <i>E – examen, V- verificare</i> )			E
Ore de contact direct	90	Ore studiu individual	60	Total ore pe semestru		150	

Facultatea	<b>REI</b>
Specialitatea	<b>EMREI</b>
Departamentul	<b>Limbi Moderne</b>

Numărul total de ore (pe semestru) de contact direct ( <i>C-curs teoretic, S-seminar, L-activități de laborator, P-proiect sau lucrări practice</i> )				
Total	C	S	L	P
90	-	90		

Categoria formativă a cursului ( <i>F-fundamentală, G-generală, S-de specialitate, U-socio-umanistică, M-de orientare către alt domeniu</i> )	G
Categorie de opționalitate a cursului ( <i>O- obligatorie, A- opțională, L- liberă alegere</i> )	O
Numărul maxim de studenți care se pot înscrie la curs	15-17

Condiții de acces	Obligatorii	A2
	Recomandate	B1-

**Fundamentare** În contextul globalizării și în condițiile de extindere a relațiilor economice internaționale cunoașterea limbilor moderne de afaceri reprezintă un deziderat imperativ. Cursul vizat este axat pe însușirea tehnicilor de comunicare scrisă și orală în afaceri.

**Obiectivele**

- Consolidarea și aprofundarea competențelor de comunicare orală și scrisă, accentul fiind pus pe fluență și corectitudine.
- Stimularea gândirii autonome, reflexive și critice

<b>Rezultatele învățării</b>	<b>La sfârșitul cursului studenții vor putea:</b>		
	<b>Î Ț E L E G E R E</b>	Ascultare	1. Înțelege punctele esențiale în vorbirea standard pe teme familiare și de interes profesional.
		Citire	1. Înțelege satisfăcător texte faprice asupra unor subiecte din domeniul lor de interes. 2. Discerne punctele semnificative ale unui text, articol de ziar, de specialitate destul de lung.
	<b>V O R B I R E</b>	Participare la conversație	1. Exploata cu suplețe o gamă largă de mijloace lingvistice simple pentru a aborda nepregătit o convorbire pe o temă cotidiană și/sau de interes profesional. 2. Exprima opinii personale și schimba informații asupra unor subiecte familiare, de interes personal, pentru viața profesională. 3. Întreține o conversație sau o discuție chiar dacă vor întâlni dificultăți atunci când încerca să formuleze cu exactitate ceea ce ar vrea să spună.
Discurs oral		1. Înfăptui o descriere clară a unor subiecte variate din domeniul lor de interes, prezentând-o ca pe o succesiune logică.	



**PA 7.5.1**  
**PROGRAMA ANALITICĂ**  
**(CURRICULUMUL CURSULUI)**

RED.: 01  
 DATA: 19.11.2008  
 Pag. 2 / 3

<b>S C R I E R E</b>	Exprimare scrisă	2. Relata mai mult sau mai puțin detaliat experiențele lor, descriindu-și sentimentele și reacțiile.			
		1. Scrie texte, exprimându-se simplu asupra unei game variate de subiecte din domeniul lor, legând între ele un șir de elemente într-o secvență liniară.			
Conținutul cursului (materia)	<i>Denumirea temelor și subiectelor</i>		<i>Nr. de ore planificate</i>		
			<i>Seminare</i>	<i>Studiu individual</i>	<i>Total</i>
	<b>1. Brands. Brand Management.</b>				
	1.1 Brands and products.		2	2	4
	1.2 Types of product promotions. Outsourcing production.		2	2	4
	1.3 Talking about your favourite product.		2	2	4
	<b>2.Travel.</b>				
	2.1.British versus American English.		2		2
	2.2 Business Travel's Priorities.		2	2	4
	2.3 Making Arrangements on the telephone.		2	2	4
	2.4 How to organize a business seminar.		2	2	4
	<b>3.Forms of organizational structure.</b>				
	3.1 Company structure.		2		2
	3.2 A successful company.		2		2
	3.3 Phrasal verbs to discuss the forms of organizational structure.		2	2	4
	3.4 Presenting a company.		2	2	4
	3.5 Socializing: introductions and networking. Outlining, introducing and ending a presentation.		2	2	4
	<b>4. Change.</b>				
	4.1 Attitudes to change. Stressful Situations.		2		2
	4.2 Describing Change.		2	2	4
4.3 Taking part in meetings.		2	2	4	
4.4 Managing change.		2	2	4	
<b>5. Money</b>					
5.1 Dealing with figures. Financial Terms.		2		2	
5.2 Reporting financial success.		2		2	
5.3 Choosing a Company to invest in.		2	2	4	
5.4 Describing Trends.		2	2	4	
5.5 Raising Business Capital.		2	2	4	
<b>6. Advertising. Ways of advertising</b>					
6.1 Good and bad advertisements.		2		2	
6.2 Advertising media and methods.		2		2	
6.3 Successful advertising.		2		2	
6.4 Planning advertising campaigns.		2	2	4	
6.5 Starting presentations.		2	2	4	
6.6 Presenting an ad of a product or service		2	2	4	
<b>7. Ethics. Questions of ethics at work.</b>					
7.1 Honesty/Dishonesty.		2		2	
7.2 Responsible businesses.		2		2	
7.3 Business ethics. Ethical behaviour.		2	2	4	
7.4 Code of ethics.		2	2	4	
7.5 Problem solving.		2	2	4	
<b>8. Employment.</b>					
8.1 The recruitment process.		2		2	
8.2 The most important qualities for getting a job.		2		2	
8.2 Retaining good staff. Headhunting.		2	2	4	
8.4 How to apply for a job.		2	2	4	
8.5 Factors that influence the decision making process when choosing the most successful candidate.		2	2	4	
<b>9. Trade. Ideas about globalization.</b>					
9.1 Free Trade.		2		2	
9.2 Fair Trade.		2		2	
9.3 International Trade.		2	2	4	
9.4 Negotiating Techniques.		2	2	4	



**PA 7.5.1**  
**PROGRAMA ANALITICĂ**  
**(CURRICULUMUL CURSULUI)**

RED.: 01  
DATA: 19.11.2008  
Pag. 3 / 3

	9.5 Confrontational negotiating tactics. Dealing with problems.	2	2	4
	<b>10. Quality</b>			
	10.1 Talking about quality control and customer service.	2	2	4
	10.2 Quality management. Making a complaint.	2	2	4
	10.3 Making arrangements.	2	2	4
	<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>60</b>	<b>150</b>
Bibliografia minimală	<b>Bibliografie obligatorie</b> 1. David Cotton, David Falvey, New Market Leader Intermediate Business English Course Book, 2005 ISBN 978-1-0458-1291-7 (www.pearson.com) 2. David Cotton, David Falvey, New Market Leader Upper Intermediate, Business English Course Book, 2005 ISBN 13: 978-1-4058-1309-9 (www.pearson.com) 3. David Cotton, David Falvey, Market Leader Upper Intermediate, Business English Course Book 3-d Edition, 2011 2011 ISBN 978-1-4082-3709-0 (www.pearson.com) <b>Bibliografie facultative</b> 1. Jan Mackenzie, English for Business Studies, Cambridge University Press, 2010 ISBN 978-0-521-74341 (Departamentul Limbi Moderne, biroul 611, bloc B) 2. Bill Mascull, Business vocabulary in use intermediate-upper intermediate, Cambridge University Press, 2010 ISBN 978-0-521-77529-8 (www.cambridge.org)			
Tehnologiile didactice	Formele dominante de organizare (frontal / în grup / individual ), Metodele de predare-învățare-cercetare-evaluare (expunere, studiu de caz, exerciții practice în sală și online, proiecte, prezentări, joc de roluri etc.) Mijloacele didactice (retroproiector, calculator, CD-player, video).			
Modalitatea evaluării finale	Examinare scrisă			
Stabilirea notei finale (ponderea exprimată în %)	Două teste pe parcursul semestrului			30%
	Reușita curentă (evaluarea formativă)			20%
	Studiul individual			10%
	Rezultatul la examen/verificare (evaluarea finală)			40%

Timpul total (ore pe semestru) al activităților de studiu individual pretinse studentului			
1. Activitate specifică de pregătire seminar și/sau laborator	12	5. Pregătire examinare finală	4
2. Realizare teme, referate, eseuri, etc.	10	6. Elaborare portofoliu	16
3. Pregătire teste, lucrări de control	4	7. Documentare pe INTERNET	4
4. Pregătire prezentări orale	6	8. Documentare suplimentară referitoare la utilizarea structurilor gramaticale	4
TOTAL ore studiu individual (pe semestru) = 60			

Data completării: \_\_\_\_\_

Semnătura titularilor: \_\_\_\_\_