

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	<i>Universitatea „Petre Andrei” din Iași</i>
1.2 Facultatea	<i>Drept, Economie, Științe Politice și Administrative</i>
1.3 Departamentul	<i>Științe Economice</i>
1.4 Domeniul de studii	<i>Marketing</i>
1.5 Ciclu de studii	<i>Licență</i>
1.6 Programul de studii/Calificarea	<i>Marketing</i>

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<i>Limba străină III</i>						
2.2 Titularul activităților de curs	<i>Lect. univ. dr. STOICA Raluca</i>						
2.3 Titularul activităților de seminar	<i>Lect. univ. dr. STOICA Raluca</i>						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tipul de evaluare*	C.	2.7 Regimul disciplinei**	OB.

* Examen / Colocviu / Proiect

** Obligatoriu / Opțional / Facultativ

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/ laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/ laborator	28
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
3.7.1. Participare la orele de curs și seminar / lucrări practice / practică de specialitate*					42
3.7.2. Examinări*					2
3.7.3. Studiul după manual / suport de curs, bibliografie și notițe					26
3.7.4. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
3.7.5. Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
3.7.6. Consultații					2
3.8 Total ore studiu individual**					56
3.9 Total ore pe semestru***					100
3.10 Numărul de credite					4

* Activitățile din categoriile 3.7.1. și 3.7.2. fac parte din orele didactice.

** Orele de studiu individual cuprind activitățile din categoriile: 3.7.3., 3.7.4., 3.7.5. și 3.7.6.

Notă: Se recomandă ca numărul orelor de studiu individual să fie cel puțin egal cu cel al orelor de pregătire universitară formată din ore didactice.

*** Totalul orelor pe semestru rezultă din înmulțirea numărului de credite alocate disciplinei cu 25 ore / credit.

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	
4.2 De rezultate ale învățării	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Prelegerile se desfășoară fizic și online
5.2. de desfășurare a seminarului	• Prelegerile se desfășoară în sistem fizic, utilizându-se bibliografia aferentă, precum și o documentare anterioară din suportul de curs pentru cursul prezentat și online, folosindu-se fișiere de lucru elaborate în Word sau PowerPoint

6. Obiectivul general al disciplinei

Dezvoltarea competențelor de comunicare și relaționare profesională în limba engleză specifică mediului de afaceri.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: - cunoaște construcțiile gramaticale, vocabularul specific domeniului profesional, expresiile uzuale și terminologia de specialitate, necesare pentru comunicarea eficientă în limba străină, atât în contexte generale, cât și în contexte academice și profesionale. - deține cunoștințe avansate a registrelor și variantelor lingvistice specifice de comunicare orală și scrisă în limba străină adaptate la contexte profesionale diverse.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: - utilizează pertinent teoriile, conceptele și instrumentarul necesar pentru analiza și înțelegerea în detaliu a mediilor culturale și interculturale.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: - aplică normele lingvistice în limba străină studiată; - utilizează corect limba străină în exprimarea orală și scrisă; - înțelege și analizează texte de specialitate; - redactează documente profesionale; - susține un punct de vedere argumentat; - interacționează eficient în contexte profesionale și educaționale internaționale.

8. Metode de predare

Expuneri, explicații, conversații

9. Conținuturi

9.1 Curs (teme, număr de ore, bibliografie)	Metode de predare	Timp alocat (14 ore)
Communication	expunere, explicație, conversație	2 ore
International Marketing	expunere, explicație, conversație	2 ore
Building Relationships	expunere, explicație, conversație	2 ore
Success	expunere, explicație, conversație	2 ore
Job Satisfaction	expunere, explicație, conversație	2 ore
Risk	expunere, explicație, conversație	2 ore
Revision – online	evaluare, feedback	2 ore
Bibliografie: 1. Downes Colm, <i>Cambridge English for Job-hunting</i> , Cambridge University Press, 2008; 2. Handford Michael, et.al., <i>Business Advantage</i> , Cambridge University Press, 2011; 3. Mackenzie Ian, <i>English for Business Studies</i> , Cambridge University Press, 2013; 4. Stoica Raluca, <i>Limba străină III - suport de curs</i> , 2026; 5. Swan Michael and Walter Catherine, <i>Oxford English Grammar Course</i> , Oxford University Press, 2011.		
9.2 Seminar / laborator (teme, număr de ore, bibliografie)	Metode de predare	Timp alocat (28 ore)
Travel. Differences between British and American English; Telephoning. Case study: Business travel services	• conversație, aplicații, activități interactive de grup	2 ore
Change. Describing change. Managing meetings. Case study: Acquiring Asia Entertainment	• conversație, aplicații, activități interactive de grup	3 ore

Organisation. Company structure. Analysing company organisation. Socialising: introductions and networking. Case study: InSteps relocation	• conversație, aplicații, activități interactive de grup	3 ore
Human Resources. Employing the right people. Finding a job. Getting information on the telephone. Case study: Fast Fitness	• conversație, aplicații, activități interactive de grup	2 ore
Ethics. The ethics of resume writing. Considering options. Case study: Principles or profit?	• conversație, aplicații, activități interactive de grup	4 ore
International Marketing. Creating a Global Brand	• conversație, aplicații, activități interactive de grup	4 ore
Building Relationships. Networking	• conversație, aplicații, activități interactive de grup	4 ore
Success. Negotiating	• conversație, aplicații, activități interactive de grup	2 ore
Job Satisfaction. Motivational Factors	• conversație, aplicații, activități interactive de grup	2 ore
Revision – Online	• evaluare, feedback	2 ore
Bibliografie: 1. Cotton David et al., <i>Market Leader. Intermediate</i> , (3 rd ed. extra), Pearson, 2016; 2. Mackenzie Ian, <i>English for Business Studies</i> , Cambridge University Press, 2013; 3. Stoica Raluca, <i>Limba străină III - suport de curs</i> , 2026.		

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală
10.4 Evaluare sumativă (Examen / Colocviu / Proiect)	• Însușirea și utilizarea corectă și adecvată a terminologiei specifice domeniului economic în limba engleză. Participarea la test este condiționată de prezența la minimum 3 cursuri.	Testare scrisă	50%
10.5 Evaluare continuă (pe parcursul seminarelor / laboratoarelor etc.)	• Participarea activă la aplicațiile practice, conversațiile și activitățile de grup din cadrul seminariilor; progresul în dezvoltarea și îmbunătățirea abilităților lingvistice.	Participarea activă la aplicațiile practice, conversațiile și activitățile de grup din cadrul seminariilor; progresul în dezvoltarea și îmbunătățirea abilităților lingvistice.	50%
10.6 Condiții de promovare • Obținerea notei de minim 5 (cinci) la colocviu și a mediei finale de minim 5 (cinci) care rezultă prin adunarea notei de la colocviu (ponderată cu 50%) cu nota de la seminar (ponderată cu 50%).			

Data completării: 23.09.2026

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament: 29.09.2026

Semnatura Directorului de Departament