

CZU: 339.56:005.574

DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.5095059>**NEGOCIERILE PRIN COMUNICARE ÎN TEORIILE ECONOMICE ȘI MANAGERIALE***Constantin GÎDILICA**Universitatea de Stat din Moldova*

Mediul de afaceri devine tot mai flexibil, ceea ce determină companiile din Republica Moldova să analizeze din punct de vedere științific și practic procesul de negociere, care poate avea un impact direct asupra perspectivelor de dezvoltare a relațiilor comerciale. În contextul cunoașterii procesului de negociere se întrevide rolul comunicării ca factor de gestionare a procesului de negociere. Autorul a realizat un studiu de sinteză teoretică a percepțelor de comunicare în confront cu procesul negocierilor redade de autorii lucrărilor științifice din domeniu. Prin documentarea, analiza și prezentarea punctului de vedere personal autorul prezintă structura procesului de comunicare în negocierile de afaceri prin care identifică părțile ce formează procesul și relațiile ce se formează în rezultatul difuzării mesajului. În final sunt prezentate concluziile bazate pe analiza teoretică a conceptului de comunicare și a efectelor acestuia în procesul negocierii în afaceri.

Cuvinte-cheie: negocierea afacerilor, proces de comunicare, reguli de comunicare, management, eficiență.

NEGOTIATIONS THROUGH COMMUNICATION IN ECONOMIC AND MANAGEMENT THEORIES

The business environment is becoming more and more flexible, which allows companies in the Republic of Moldova to analyse the negotiation process from a scientific and practical point of view, which can have a direct impact on the prospects for developing trade relations. In the context of knowing the negotiation process, the role of communication as a management factor of the negotiation process can be seen. The author made a study of theoretical synthesis of communication perceptions in relation to the negotiation process presented by the authors of scientific papers in the field. By documenting, analysing and presenting the personal point of view, the author presents the structure of the communication process in business negotiations through which he identifies the parties that form the process and the relationships that are formed as a result of disseminating the message. Finally, the conclusions based on the theoretical analysis of the concept of communication and its effects in the business negotiation process are presented.

Keywords: business negotiation, communication process, communication rules, management, efficiency.

Prezentat la 26.04.2021

Publicat: 13 iulie 2021