



GHIDUL STUDENTULUI

**Studii universitare
de masterat**

Anul academic 2022–2023

Toate drepturile asupra acestei publicații aparțin Facultății de Comunicare și Relații Publice – SNSPA.
Reproducerea integrală sau parțială a textului sau a ilustrațiilor din această publicație este posibilă doar cu acordul prealabil scris al editorului.

Școala Națională de Studii Politice și Administrative
Facultatea de Comunicare și Relații Publice
Bd. Expoziției, nr. 30A, Sector 1, București
Tel.: 0372 249 777
www.comunicare.ro

CUPRINS

I.	Studii universitare de masterat în sistem IFR	5
	Masterat în Comunicare și relații publice – anul I	7
	1. Mass media și societatea	8
	2. Geopolitică. Relații internaționale și instituții europene	11
	3. Comunicare organizațională	14
	4. Psihologie socială	17
	Masterat în Comunicare și relații publice – anul II	20
	1. Lobby	21
	2. Analiza discursului public	23
	3. Jurnalism multimedia	28
	4. Managementul evenimentelor	31
	5. Comunicare în domeniul sănătății	33
	Masterat în Comunicare managerială și resurse umane – anul I	38
	1. Managementul strategic al resurselor umane. Diagnoza organizațională	39
	2. Cultură și comportament organizațional	43
	3. Managementul personalului	48
	4. Recrutare și selecție	51
	Masterat în Comunicare managerială și resurse umane – anul II	53
	1. Drept și legislația muncii	54
	2. HR Metrics	59
	3. Managementul talentului în organizații	63
	4. Ocuparea forței de muncă	67
	5. Design thinking	69
	Masterat în Management și comunicare în afaceri – anul I	73
	1. Comunicare I. Comunicare internă	74
	2. Comunicare II. Comunicarea externă a firmei	76
	3. Marketing	79
	4. Negociere în afaceri	82



Masterat în Management și comunicare în afaceri – anul II	84
1. Tehnici de promovare în afaceri	85
2. Lobby	88
3. Managementul organizațiilor	90
4. Brandul de angajator	93
5. Managementul schimbării	96
Masterat în Managementul proiectelor – anul I	100
1. Antreprenoriat și inovare	101
2. Managementul proiectelor I	103
3. Strategii și tehnici de atragere a finanțării de la UE	106
4. Leadership și managementul echipei de proiect	109
Masterat în Managementul proiectelor – anul II	112
1. Managementul riscului	113
2. Aplicații informatice pentru managementul proiectelor	115
3. Monitorizare și indicatori de performanță	118
4. Pregătirea și implementarea proiectelor de cercetare	122
II. Bibliografie – recomandări de utilizare	125
III. Accesarea paginii de Internet	127
IV. Anexe	130
Anexa 1 – Structura semestrelor I și II ale anului academic 2022–2023	131
Anexa 2 – Programul de lucru cu studenții al Secretariatului IFR	135
Anexa 3 – Programul bibliotecilor	136
Anexa 4 – Modalități de achitare a taxelor	137
Anexa 5 – Localizarea sălilor	139
Anexa 6 – Cărți, manuale și alte publicații apărute la Editura Comunicare.ro	140
Anexa 7 – Formular de înscriere la disertație	145
Anexa 8 – Contacte	146



I. Studii universitare de masterat în sistem IFR



MASTERAT ÎN COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE





Anul I Semestrul I

DISCIPLINE

- 1. Mass media și societatea**
Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Flavia DURACH
cadru didactic asociat drd. Cătălina NASTASIU
- 2. Geopolitică. Relații internaționale și instituții europene**
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat dr. Radu ENACHE
- 3. Comunicare organizațională**
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat dr. Miruna ILIESCU
- 4. Psihologie socială**
Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Alina DUDUCIUC



Coordonator de disciplină:	conf. univ. dr. Flavia DURACH cadru didactic asociat drd. Cătălina NASTASIU
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	8

1.1. Cadrul general al cursului

Cursul de față își propune să surprindă impactul major pe care media îl au astăzi asupra vieții sociale în cele mai diverse ipostaze. Cel mai semnificativ lucru în această privință îl constituie faptul că momente importante în studiul opiniei publice, în constituirea unor teorii moderne ale comunicării sunt legate de apariția unor noi mijloace de comunicare în masă, de încercarea de a evalua influența pe care acestea o exercită asupra societății.

Epoca modernă consemnează istorii succesive ale principalelor mijloace de comunicare în masă. Fiecare mijloc a debutat furtunos, a crescut în popularitate, după care a trebuit să facă față competiției cu mijloacele mai noi, mai promițătoare. Așa s-au întâmplat lucrurile cu cartea, presa scrisă, filmul, radioul, televiziunea și internetul. În prezent, principala forță disruptivă aparține platformelor digitale, giganți precum Facebook, Google, sau TikTok, care au un caracter global și domină infrastructura de comunicare a momentului.

De fiecare dată, înlocuirea unui mijloc din poziția de lider al comunicării nu a dus la dispariția sa, ci doar la un gen de reordonare a câmpului media, la un tip de coexistență a tuturor mijloacelor de comunicare în masă. Așa se face că astăzi presa scrisă, radioul, filmul, televiziunea și platformele digitale alcătuiesc un ecosistem media de comunicare și informare care constituie mediul nostru obișnuit de existență. Încât suntem îndreptățiți să ne întrebăm dacă media servesc societatea sau se servesc de societate?

Un rol important în cadrul cursului îl au problemele legate de înțelegerea opiniei publice, a factorilor care îi determină evoluția. Lucru firesc, dacă avem în vedere că mass media au o mare influență asupra opiniei publice, de multe ori reprezentanți ai săi declarând că vorbesc în numele opiniei publice. În același timp, opinia publică reflectă în mod direct sau indirect dezbaterile din cadrul media, pozițiile formulate, mesajele transmise, orientările induse. Opinia publică este locul geometric al tuturor dezbaterilor din cadrul societății, multe dintre acestea organizate, transmise, prilejuite de ceea ce apare în mass media, fie cele tradiționale, fie cele digitale.

Cursul se concentrează pe caracteristicile comunicării de masă și pe analiza principalelor teorii care au luat naștere în efortul de a descifra impactul mijloacelor de comunicare în masă. Tratează în strânsă legătură cu paradigma de interpretare pe care o exprimă – de la cea a atotputerniciei presei, la cea a efectelor limitate și la cea modernă, care încearcă să promoveze o viziune mai echilibrată asupra acestui impact, aflată în relație și cu particularitățile mijlocului de comunicare respectiv – asemenea teorii alcătuiesc un corpus important al comunicării ca disciplină modernă. Nu în ultimul rând, este discutată aplicabilitatea și relevanța acestor teorii în era digitală.

1.2. Structura cursului

1. Curs introductiv
2. Media și opinia publică (I – media tradiționale)
3. Media și opinia publică (II – media digitale)
4. Efectele comunicării de masă
5. Comunicare de masă, opinie publică și propagandă
6. Teorii ale atotputerniciei media
7. Persuasiunea și modelarea opiniei publice
8. Fluxul comunicării în doi pași
9. Teoria utilizării și recompense
10. Agenda setting și framing
11. Spirala tăcerii
12. Dezinformare online și fake news
13. Impactul social al noilor media
14. Media – singura putere fără contraputere

1.3. Bibliografie

- Balakrishnan, V., Zhen, N. W., Chong, S. M., Han, G. J., & Lee, T. J. (2022). Infodemic and fake news – A comprehensive overview of its global magnitude during the COVID-19 pandemic in 2021: A scoping review. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 103144.
- Bârgăoanu, A. (2018). *#Fakenews. Noua cursă a înarmării*. București: Ed. Evrika.
- Burbach, L., Halbach, P., Ziefle, M., & Calero Valdez, A. (2020). Opinion formation on the internet: The influence of personality, network structure, and content on sharing messages online. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 3, 45.
- Buturoiu, R. (2016). *Noua eră a vechilor media. O analiză experimentală a efectelor produse de cadrajele media*. București: comunicare.ro.
- Dobrescu, P., & Bârgăoanu, A. (2003). *Mass media și societatea*. București: comunicare.ro.
- Drăgan, I. (1996). *Paradigme ale comunicării de masă*. București: Șansa.
- European Commission. (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation*. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1968). *Mecanismul votului. Cum se decid alegătorii într-o campanie prezidențială*. (S. Drăgan, Trans.) (2004 ed.). București: comunicare.ro.
- Lippmann, W. (1922). *Opinia publică*. (G. Mihăiță & D. Flonta, Trans.) (2009 ed.). București: comunicare.ro.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- McQuail, D., & Windahl, S. (2001). *Modele ale comunicării*. București: comunicare.ro.
- Noelle-Neumann, E. (1984). *Spirala tăcerii. Opinia publică – învelișul nostru social*. (V. Cucu-Oancea, Trans.) (2004th ed.). București: comunicare.ro.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (1997). *Perspective asupra teoriilor comunicării de masă*. (M. Paxaman & M. Paxaman, Trans.) (Ediția 2004). Iași: Polirom.

- Steiner, E., & Xu, K. (2020). Binge-watching motivates change: Uses and gratifications of streaming video viewers challenge traditional TV research. *Convergence*, 26(1), 82-101.
- Sumpter, D. (2018). *Outnumbered: from Facebook and Google to fake news and filter-bubbles: algorithms that control our lives*. London: Bloomsbury Sigma.

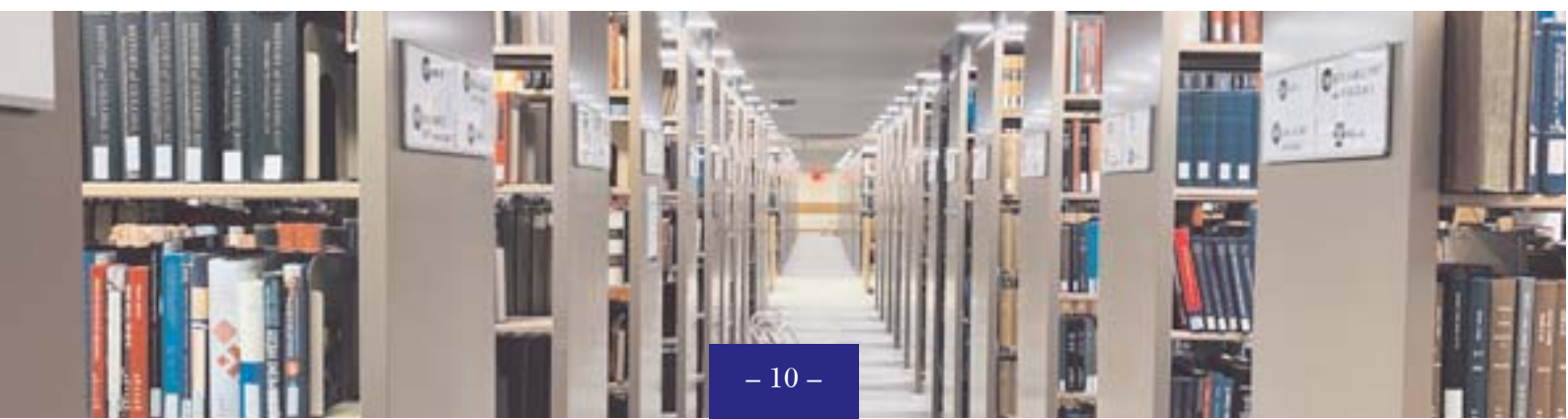
1.4. Modalitatea de verificare

Aplicație practică – analiza unui studiu de caz, din perspectiva teoriilor studiate: 50% din notă.

Examen: 50% din notă.

1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1	
Seminare față în față	13.11.2022 ora 10:00 sala 311	
	19.11.2022 ora 10:00 sala 311	
Seminare online (pe platforma Webex)	07.11.2022 ora 17:00	
	21.11.2022 ora 17:00	
	16.01.2023 ora 17:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2
	29.01.2023 Examen online	12.02.2023 Examen online



2. GEOPOLITICĂ. RELAȚII INTERNAȚIONALE ȘI INSTITUȚII EUROPENE

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat dr. Radu ENACHE

Statut: obligatorie

Număr de credite: 7

2.1. Cadrul general al cursului

Cursul de față urmărește însușirea de către studenți a aparatului noțional fundamental al acestei discipline, cunoașterea unor mari școli de gândire care au înscris contribuții esențiale la configurarea corpusului noțional al geopoliticii. Primele cursuri sunt consacrate unor clarificări conceptuale strict necesare, precum și cunoașterii principalelor orientări din câmpul geopoliticii, cum ar fi școala germană, școala franceză, școala anglo-americană, școala românească.

Partea a doua a cursului este consacrată analizei unor „zone calde“ sub raport geopolitic, precum și unor procese economice și sociale care închid în ele importante tendințe geopolitice. Nu putem dobândi o privire cât de cât reprezentativă asupra lumii de astăzi, dacă nu vom înțelege ce se întâmplă în asemenea zone fierbinți și extrem de instructive din perspectiva disciplinei noastre, cum ar fi Rusia și, în general, spațiul ex sovietic, lumea islamică, regiunea Europei centrale. Am putea chiar numi aceste spații, laboratoare, adevărate „poligoane de încercare“ pentru propozițiile și aserțiunile de bază ale geopoliticii. Cu deosebire în aceste zone putem urmări rolul pe care urmează să-l joace în lumea de astăzi asemenea categorii cheie ale geopoliticii clasice cum ar fi spațiul, întinderea și poziția, populația, controlul asupra unor importante resurse naturale și poziții strategice. O atenție specială a fost acordată proceselor de regionalizare – regiunilor economice. Existența acestor regiuni pune în termeni noi cursa geopolitică de azi, în care nu mai participă doar state, ci blocuri economice, fiecare dintre acestea fiind condus de către un lider, de către o adevărată locomotivă. Faptul că actorii internaționali sunt reprezentați deopotrivă și de grupuri de state pune în termeni noi raportul dintre regiunea economică și statele naționale care o compun, lansează o foarte instructivă dezbateră privind modelele de integrare economică, impactul proceselor de integrare, al tendințelor de globalizare asupra economiei și comerțului mondial.

Nu în ultimul rând, în această secțiune, vom face o analiză la zi a conflictului din Ucraina, de departe cel mai important conflict militar din Europa, după cel de-Al Doilea Război Mondial. Acest conflict, limitrof României, are potențialul de a schimba din temelii ordinea mondială stabilită în 1947.

Ultima parte a cursului se concentrează pe analiza unor procese definitorii ale lumii de astăzi – purtătoare de tendințe geopolitice – anume globalizarea.

Geopolitica tradițională pune accentul pe factori și elemente preponderent naturale. Evoluția din ultima vreme a lumii a scos în evidență rolul mult mai important pe care îl joacă economia, informația, cultura în modelarea proceselor economico-sociale contemporane. În mod firesc, astăzi se vorbește din ce în ce mai mult de geoeconomie, geoinformație, geocultură. Nu vom

putea înțelege puterea și resursele ei în afara ascensiunii acestor noi factori, care vor juca un rol din ce în ce mai mare în modelarea proceselor contemporane și a existenței noastre. De aceea, în cadrul cursului nostru insistăm asupra acestor reconfigurări extrem de importante.

O variantă amplificată a cursului de față se regăsește în volumul *Geopolitica*, autor Paul Dobrescu, apărut la Editura comunicare.ro.

2.2. Structura cursului

Cursul 1. Geopolitică, relații internaționale, diplomatie, discursul știrilor internaționale.

Sensuri aflate în competiție

Cursul 2. Concepte fundamentale. Entitate politică, stat, putere, teritoriu, frontieră, enclavă, insularitate, „continental” și „maritim”, elemente de drept internațional public

Cursul 3. Concepte fundamentale. Populația, elemente de demografie, structurarea societăților. „Ecuția” puterii

Cursul 4. Principalele școli de geopolitică

Cursul 5. Europa și Uniunea Europeană – istorie recentă, instituții și perspective

Cursul 6. Statele Unite ale Americii – o putere la apogeu

Cursul 7. Rusia – o putere în defensivă

Cursul 8. Conflictul din Ucraina și principalii actori geopolitici

Cursul 9. China – o putere în Renaștere. Geopolitica Asiei

Cursul 10. Orientul Mijlociu, Islamul, țările arabe și Israelul

Cursul 11. Globalizarea – dimensiunea economică

Cursul 12. Globalizarea – dimensiunea politică și dimensiunea culturală

2.3. Bibliografie

Dobrescu, Paul (2009). *Geopolitica*, București, Editura comunicare.ro.

Dobrescu, Paul (2010). *Viclenia globalizării*, Iași, Editura Institutul European.

Harari, Yuval Noah (2016). *Sapiens*, Iași, Editura Polirom.

Goldstein, Joshua S., Pevehouse, Jon C. (2008). *Relații internaționale*, Iași, Editura Polirom.

Jones, Andrew (2011). *Globalizarea*, Cluj Napoca, Editura CA Publishing.

Nye, Jr., Joseph S. (2012). *Viitorul puterii*, Iași, Editura Polirom.

Dobrescu, Paul (2016). *Crizele de după criză*, București, Litera International.

Dobrescu, Paul (2020). *Dragonii dezvoltării*, București, Editura comunicare.ro.

Acemoglu, Daron, Robinson, James A., *Coridorul îngust* (2020). București, Publica.

Este obligatorie consultarea site-urilor www.europa.eu, www.un.org, www.nato.int pentru schimbările recente și datele actualizate despre aceste organizații (state membre, structuri de conducere etc.). De asemenea, este obligatorie cunoașterea principalelor evenimente internaționale la zi.

Bibliografia aferentă fiecărei teme se găsește în interiorul suportului de curs (pe platforma de e-learning).

2.4. Modalitatea de verificare

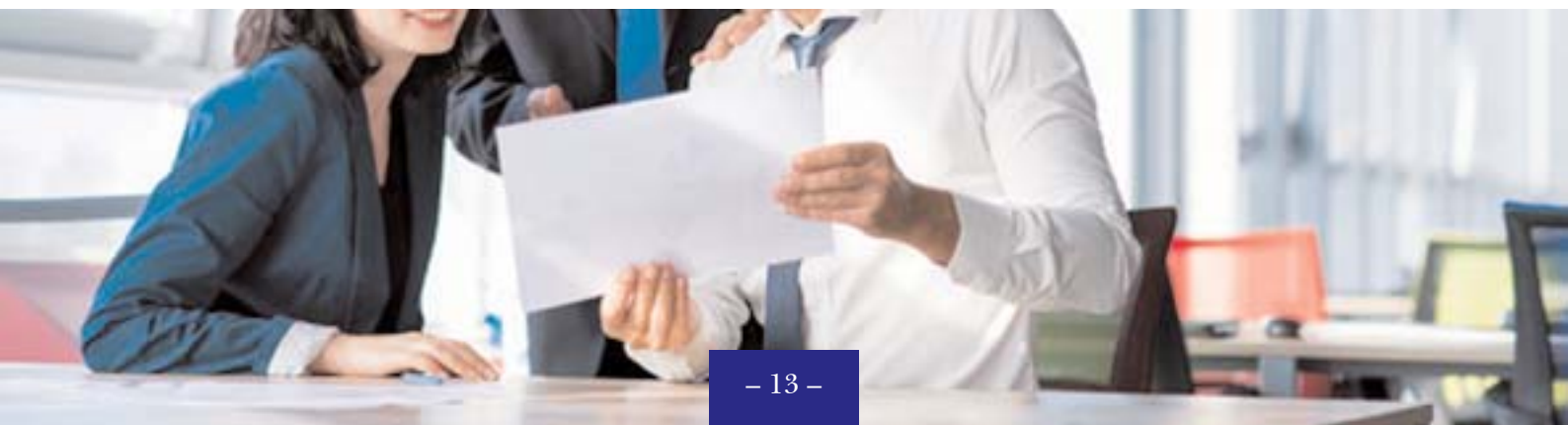
Evaluarea competențelor studenților se va face atât pe parcursul semestrului, cât și în urma unui examen final, scris.

Evaluarea pe parcurs are o pondere de 30% din nota finală și se bazează pe prezența activă și activitatea la toate seminariile online.

Examenul scris are o pondere de 70% din nota finală și constă în analiza unei situații geopolitice la zi, pe baza cunoștințelor dobândite pe parcursul semestrului, la curs, seminar și prin studiu individual.

2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1	
Seminare față în față	30.10.2022 ora 10:00 sala 509	
	12.11.2022 ora 10:00 sala 509	
Seminare online (pe platforma Webex)	31.10.2022 ora 17:00	
	16.11.2022 ora 17:00	
	23.11.2022 ora 17:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2
	21.01.2023 Trimite referat	05.02.2023 Trimite referat



Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat dr. Miruna ILIESCU
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	7

3.1. Cadrul general al cursului

Cursul oferă o perspectivă actuală asupra organizațiilor ca actori colectivi situați în spațiul public. În secolul al XXI-lea, comunicarea devine o resursă de bază, principalul instrument prin care organizațiile proiectează și generează noi configurații funcționale. Studiul comunicării organizațiilor implică analiza a două domenii esențiale: *comunicarea operațională* (comunicarea legată nemijlocit de activitățile organizației) și *comunicarea strategică* (comunicarea planificată, desfășurată cu scopul de a atinge obiective specifice de comunicare).

Comunicarea strategică vizează două obiective majore: promovarea produselor sau serviciilor organizației (prin *comunicarea de marketing*) și adaptarea organizației la mediu (prin *relațiile publice*). Cultura și identitatea organizațională, variabile complexe, ale căror caracteristici sunt influențate de alte variabile secundare precum stil de conducere, structură informală, sistem de informare, se află la baza unei comunicări strategice eficiente și coerente. În prezent, utilizarea noilor tehnologii de comunicare reprezintă o condiție esențială în vederea perfecționării abilităților de comunicare pentru toți actorii colectivi. Având în vedere aceste componente, cursul își propune să familiarizeze studenții cu noțiunile fundamentale din domeniul comunicării organizaționale, cu terminologia specifică, precum și cu particularitățile proceselor de comunicare internă și externă ale organizațiilor, datorate inclusiv adaptării la *new media*.

3.2. Structura cursului

1. Comunicarea în organizații: elemente introductive
2. Comunicarea externă. Comunicarea strategică în organizații
3. Factori organizaționali și impactul lor asupra comunicării externe
4. Cultura organizațională
5. Stiluri de conducere și comunicare. Comunicare formală și informală
6. Comunicare operațională. Evoluția structurii organizaționale
7. Metode de analiza a organizațiilor
8. Factori organizaționali și impactul lor asupra comunicării interne
9. Comunicarea și adaptarea la schimbare. Particularități ale comunicării în mediul digital
10. Direcții viitoare în studiul organizațiilor

3.3. Bibliografie

- Argenti, P. A., Howell, R. A. și Beck, K. A. (2005). The strategic communication imperative. *MIT Sloan Management Review*, 46(3), pp. 82-90.
- Cismaru, D. M. (2008). *Comunicarea internă în organizații*. București: Editura Tritonic.
- Cismaru, D. M. (2012). *Social media și managementul reputației*. București: Editura Tritonic.
- Coman, C. (2001). *Relații publice – principii și strategii*. Iași: Editura Polirom.
- Grunig, L.A., Grunig, J. E. și Dozier, D.M. (2002). *Excellent Public Relations and Effective Organizations. A Study of Communication Management in Three Countries*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Iacob, D., Cismaru, D.M. (2010). *Organizația inteligentă – zece teme de managementul organizațiilor*, ediția a II-a. București: Editura comunicare.ro.
- Iacob, D., Cismaru, D.M. (2011). *Relațiile publice – Coeziune și eficiență prin comunicare* – ediția a III-a. București: Editura comunicare.ro.
- Newsom, D., Kruckeberg, D., Turk, V.S., Kruckeberg, J. (2003). *Totul despre relațiile publice*. Iași: Editura Polirom.
- Newsom, D., Johns, G. (1998). *Comportament organizațional*. București. Editura Economică.
- Oancea, D. (editor coordonator). (2017). *The Golden Book of Romanian Public Relations*. București: Editura Monitorul Oficial.
- Pricopie, R. (2005). *Relațiile publice – evoluție și perspective*. București. Editura Tritonic.
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T. și Reber, B. H. (2015). *Public Relations: Strategies and Tactics*. Harlow, UK: Pearson Education Limited.

3.4. Modalitatea de verificare

Nota finală este compusă din:

- a. **Rezultatul evaluării continue** – intervenții pe parcursul desfășurării cursului și seminarului; **rezolvarea a cel puțin două teme de seminar (20% din nota finală)**
- b. **Aplicație scrisă individuală – un proiect de scurtă întindere** (maximum 4 pagini Times New Roman, 12, spațiere 1 rând) **(80% din nota finală) axat, la alegere, pe:**
 - proiectarea unei campanii de comunicare pe o temă specifică;
 - sinteza literaturii de specialitate și desfășurarea unei micro-cercetări sau analize organizaționale pe o temă specifică;
 - analiza unei campanii de comunicare internă sau externă.

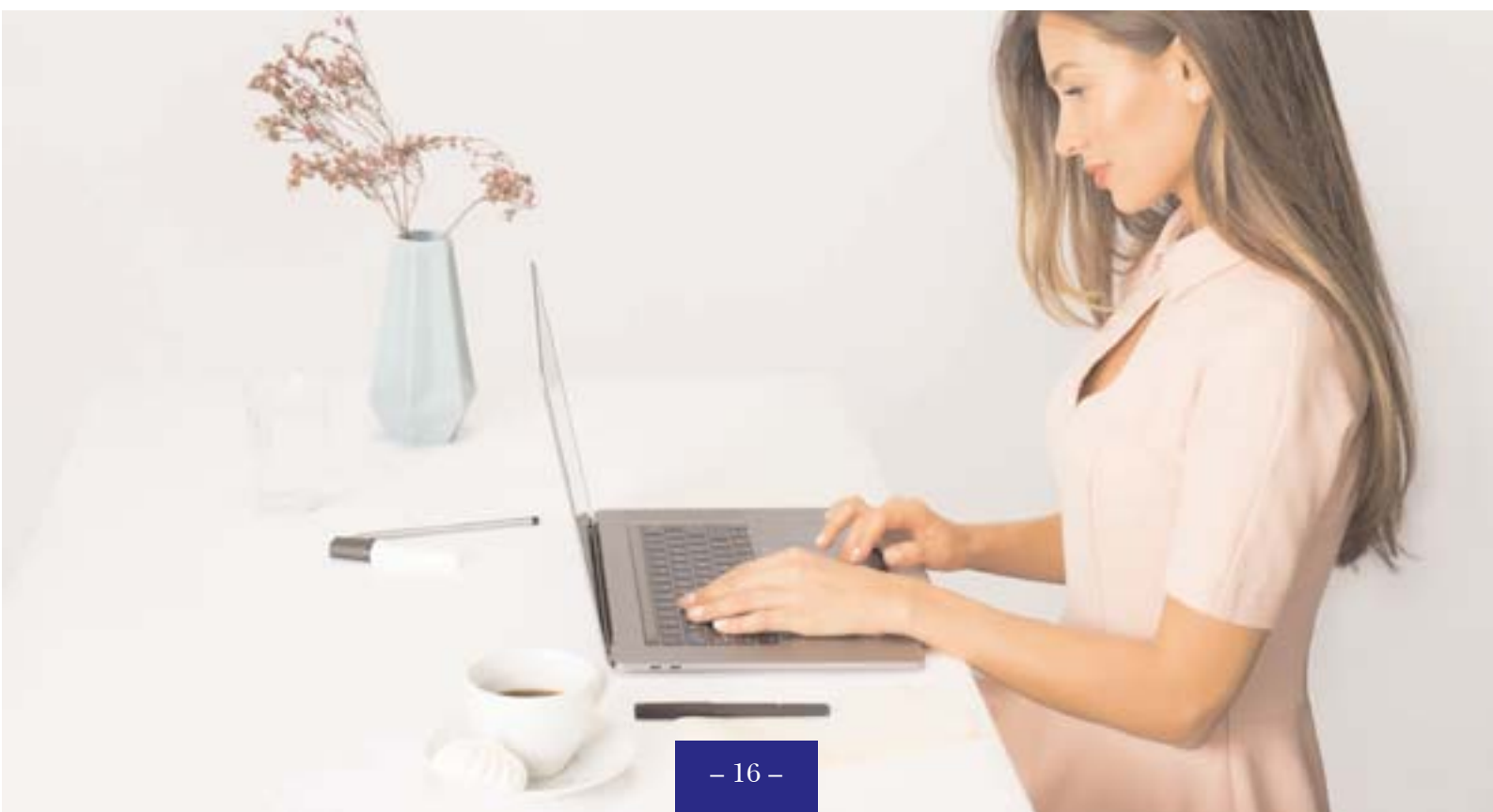
Notă: greșelile gramaticale și de scriere sunt depunctate cu 0,50 puncte din nota finală.

Atenție!

- Intrarea în evaluare este condiționată de participarea la cel puțin **50% dintre întâlniri** și realizarea celor 2 teme de seminar.
- Proiectele trebuie să respecte normele redactării științifice. Proiectele care nu conțin citări, surse bibliografice, texte aliniate și redactate conform cerințelor vor fi respinse.
- Studenții trimit proiectul pe platforma de e-learning la secțiunea Proiect final de pe pagina disciplinei Comunicare organizațională, în termenul stabilit.
- Pentru restante, rămân valabile aceleași condiții și criterii de evaluare.
- La această disciplină nu se fac echivalări.

3.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1	
Seminare față în față	23.10.2022 ora 10:00 sala 326	
	29.10.2022 ora 10:00 sala 326	
Seminare online (pe platforma Webex)	21.10.2022 ora 17:00	
	28.10.2022 ora 17:00	
	11.11.2022 ora 17:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2
	22.01.2023 Trimite referat	11.02.2023 Trimite referat



Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Alina DUDUCIUC

Statut: obligatorie

Număr de credite: 8

4.1. Cadrul general al cursului

Prin tematica enunțată, cursul de psihologie socială își propune să familiarizeze studenții cu principalele orientări teoretice din psihologia socială contemporană. Acestea vor fi ulterior mobilizate pentru înțelegerea, analiza și cercetarea comportamentului individului în viața socială. Cele zece teme din structura cursului relevă „miezul” preocupărilor actuale în domeniul psihologiei sociale: individul aflat în grup și în mulțime, comportamentul agresiv, modul în care actorii sociali își reprezintă lumea în care trăiesc și realizează inferențe cognitive asupra a ceea ce li se întâmplă în viața de zi cu zi, modul în care își formează stereotipuri, prejudecăți sau își structurează propriile cogniții în funcție de memoria grupului, se îndrăgostesc, păstrează sau rup legăturile cu ceilalți, se autopercep și își construiesc o imagine de sine care influențează ulterior interacțiunile cu ceilalți. Vom explora, de asemenea, importanța cunoașterii proceselor psihice, intergrupale și interpersonale care însoțesc procesul comunicării. Cursul este structurat în trei părți. Prima parte este dedicată înțelegerii comportamentelor colective și gândirii sociale. Cea de-a doua parte cuprinde studiul relațiilor interpersonale și intergrupale, cu accent pe influențele reciproce ale indivizilor în interiorul unui grup social. Ultima parte include teme referitoare la mecanismele psihice de organizare a percepțiilor și atitudinilor.

4.2. Structura cursului

1. Psihosociologia – domeniu de studiu interdisciplinar
2. Comportamentul colectiv
3. Memoria socială
4. Comunicarea interpersonală: autodezvăluirea și consolarea
5. Grupurile sociale
6. Influența socială: normalizarea, conformarea, obediența, influența minoritară, manipularea
7. Cogniția socială. Individul și grupul în cunoașterea socială
8. Atitudinile sociale
9. Schimbarea atitudinilor
10. Stereotipuri, prejudecăți, discriminare socială



4.3. Bibliografie

- Aronson, Elliot. [1961] (2008). *The Social Animal*. New York: Worth Publishers.
- Boncu, Ștefan. (2002). *Psihologia influenței sociale*. Iași: Editura Polirom.
- Chelcea, Septimiu (coord.) (2008). *Psihosociologie: teorii, cercetări, aplicații*. Iași: Editura Polirom.
- Duduciuc, A., Ivan, L. și Chelcea, S. (2013). *Psihologie socială: studiul interacțiunilor umane*. București: Comunicare.ro.
- Iluț, Petru. (2009). *Psihologie socială sau sociopsihologie: teme recurente și noi viziuni*. Iași: Editura Polirom
- Kruglanski, Arie W. & Higgins, E. Tory (eds.). (2007). *Social Psychology. Handbook of basic principles*. New York: The Guilford Press.
- Moscovici, Serge. (2011). *Influență socială și schimbare socială*. Iași: Editura Polirom.
- Moscovici, Serge (coord.). [1984] (2010). *Psihologie socială*. București: Ideea Europeană.
- Zimbardo, Philip. [2007] (2009). *Efectul Lucifer*. București: Editura Nemira.
- Wosińska, Wilhelmina. [2004] (2005). *Psihologia vieții sociale*. București: Editura Renaissance.

4.4. Modalitatea de verificare

Proiect

Proiectați o campanie de comunicare (de prevenție/de susținere a unei cauze sociale/de promovare etc.) în care să utilizați o tehnică psihosociologică de schimbarea a atitudinilor sau comportamentelor indivizilor. Elementele obligatorii care trebuie să se regăsească în proiect sunt:

1. Descrieți caracteristicile sociodemografice ale grupului țintă (cui se adresează Campania?).
2. Precizați conceptul psihosociologic exploatat în proiectarea campaniei.
3. Precizați tehnica psihosociologică de schimbare atitudinală sau comportamentală.
4. Precizați mixul de comunicare și mijloacele media cele mai utilizate (în cazul campaniei dvs.).
5. Menționați strategiile de mobilizare a atenție publicului în raport cu alte campanii concurente și alte fluxuri informaționale.
6. Utilizați ca bibliografie cel puțin trei articole din jurnalele de specialitate cum ar fi *Journal for Personality and Social Psychology*, *European Journal of Social Psychology*, *Journal of Consumer Research*, *Journal of Language and Social Psychology*, *Journal of Applied Social Psychology*, *Asian Journal of Social Psychology*, *Journal of Advertising Research*.



Cerințe realizare proiect

– Font Times New Roman, mărime 12, spațiere 1,5 rând;

– Maxim 7 pagini

– Stiluri de redactare acceptate:

Chicago (<http://www.chicagomanualofstyle.org/>),

Harvard (<http://libweb.anglia.ac.uk/referencing/harvard.htm>)

sau APA (<https://www.library.cornell.edu/research/citation/apa>).

Atenție!

Proiectele trebuie să respecte normele redactării științifice. Proiectele care nu conțin citări, surse bibliografice, texte aliniate și redactate conform cerințelor vor fi respinse.

Proiectul se trimite de către studenți pe platforma de e-learning la secțiunea *Proiect final* de pe pagina disciplinei Psihologie socială, cu respectarea termenului stabilit. Pentru restanțe rămân valabile aceleași condiții și criteriile de evaluare.

4.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1	
Seminare față în față	27.11.2022 ora 10:00 sala 509	
	10.12.2022 ora 10:00 sala 509	
Seminare online (pe platforma Webex)	13.10.2022 ora 17:00	
	02.11.2022 ora 17:00	
	09.11.2022 ora 17:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2
	04.02.2023 Trimite referat	10.02.2023 Trimite referat



Anul II Semestrul I

DISCIPLINE

- 1. Lobby**
Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Irina MARSH
- 2. Analiza discursului public**
Coordonator de disciplină: prof. univ. dr. Dumitru BORTUN
- 3. Jurnalism multimedia**
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat drd. Sebastian CHELU
- 4. Managementul evenimentelor**
Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Irina MARSH
- 5. Comunicare în domeniul sănătății**
Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Alina DUDUCIUC



Coordonator de disciplină:	conf. univ. dr. Irina MARSH
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	5

1.1. Cadrul general al cursului

Activitatea de lobby se înscrie în aria preocupărilor legate de comunicare, mai exact aceea legată de comunicarea asociată politicilor publice. Profesioniștii în lobby, fie ei angajați direcți ai entității pentru care desfășoară activități de lobby (companie, ONG, întreprindere mică sau mijlocie orientată spre profit sau chiar instituție culturală etc.), fie consultanți externi, funcționând în cadrul unor agenții specializate, au ca scop influențarea decidenților politici în favoarea intereselor pe care le reprezintă. Când vorbim de lobby vorbim în mod inevitabil de politici publice, decizii, dialog asociat politicilor publice, grupuri de interese, democrație, putere, rețele de relații, negocieri, persuasiune și responsabilitate.

Fie că vorbim de tradiția îndelungată specifică spațiului american, de complexitatea și dificultățile particulare întâlnite în statele europene dar și în Uniunea Europeană ca entitate separată, de provocările din democrațiile în curs de dezvoltare sau chiar de particularitățile și curiozitățile unei economii atipice – cum este cazul Chinei, activitatea de lobby stă sub semnul provocării atât ca sector de activitate, alături de altele din zona comunicării, cu oportunitățile și riscurile sale dar și ca practică în sine, cu cerințe specifice și recompense pe măsură pentru cei ce aleg să profeseze în această arie.

Disciplina Lobby este introdusă în programa de studiu începând cu anul 2014. Obiectivele asumate ale disciplinei sunt: familiarizarea cursanților cu acest tip de activitate – oferind deopotrivă un cadru teoretic fundamental în domeniu (prezentând teorii consacrate dar și perspective recente), cât și dimensiuni practice actuale – perspective descriptive, statistici, comparații; problematizarea acestor preocupări în spațiul academic românesc și nu numai și sporirea interesului privind activitatea de lobby, atât ca subiect de cercetare științifică dar și ca practică profesională.

1.2. Structura cursului

- Tema 1. Lobby – conceptualizare și premise
- Tema 2. Democrație și lobby
- Tema 3. Modele de comunicare în spațiul public
- Tema 4. Politici publice
- Tema 5. Stakeholderii și puterea lor
- Tema 6. Activitatea de lobby – de la conceptualizare la eficientizare
- Tema 7. Practica activității de lobby
- Tema 8. Lobby – modele internaționale și realități românești

1.3. Bibliografie

Bibliografia aferentă fiecărei teme se găsește în interiorul suportului de curs (pe platforma de e-learning).

1.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea: Proiect de 5-10 pagini constând în rezolvarea unuia dintre exercițiile din curs. Proiectul se va încărca pe platformă, în secțiunea dedicată, în perioada sesiunii, până la data examenului (a se consulta secțiunea 1.5 – programarea examenelor).

1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1	
Seminare online (pe platforma Zoom)	29.10.2022 ora 10:00	
	10.12.2022 ora 10:00	
Seminare online (pe platforma Webex)	15.11.2022 ora 17:00	
	22.11.2022 ora 17:00	
	06.12.2022 ora 17:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2
	28.01.2023 Trimitere referat	12.02.2023 Trimitere referat

Coordonator de disciplină:	prof. univ. dr. Dumitru BORTUN
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	8

2.1. Cadrul general al cursului

Cursul de *Analiza discursului public* încearcă:

- să ofere o sinteză a numeroaselor studii și cercetări dintr-un domeniu extrem de dinamic al științelor comunicării: analiza discursului;
- să ofere un model integrat al analizei discursului;
- să formeze abilități de elaborare a discursului public (politic, managerial, publicitar) și de consiliere a organizațiilor și persoanelor publice;
- să contribuie la dezvoltarea abilităților personale de prezentare publică.

Cursul de *Analiza discursului public* își propune următoarele obiective:

- prezentarea principalelor puncte de vedere asupra termenilor “discurs” și “analiza discursului”;
- expunere metodică a principalelor concepte ale analizei discursului;
- analiza unor tipuri de discurs public de interes pentru viitorii specialiști în comunicare: dezbateră și discursul publicitar (analiza discursului politic este inclusă în cursul *Analiza limbajului politic*);
- sugestii implicite pentru elaborarea discursului public (cunoscând legile discursului, principiile și regulile comportamentului discursiv, viitorii specialiști vor putea să le aplice în elaborarea unor discursuri eficiente din punct de vedere comunicațional).

2.2. Structura cursului

I. ANALIZA PSIHOLINGVISTICĂ

A. CADRUL TEORETIC

Unitatea 1. Analiza discursului: obiect și metodă

Unitatea 2. Analiza discursului: noțiuni introductive

B. ANALIZA LINGVISTICĂ A DISCURSULUI

Unitatea 3. Legile discursului

Unitatea 4. Anatomia discursului

C. PSIHOSOCIOLOGIA DISCURSULUI

Unitatea 5. Actorii discursului

Unitatea 6. Interacțiune și practică discursivă

II. ANALIZA DE CONȚINUT

Unitatea 7. Metoda analizei de conținut: geneză și specific

Unitatea 8. Etapele analizei de conținut

Unitatea 9. Tehnici ale analizei de conținut

Unitatea 10. Exemple de discurs: dezbaterile și discursul publicitar

III. APLICAȚII

1. Strategii interacționale în dezbaterile televizate

2. Scheme de analiză a unor texte publicitare

2.3. Bibliografie

- ANTOFI, Simona, "Discursul critic postmodern ca discurs specializat: de la noul antropocentrism la poezia tranzitivă", în Doina Maria Bejan, Virginia Lucatelli, Oana Cenac (coord.), *Lexic comun / Lexic specializat*, Galați, Galati University Press, 2008, p. 468-477
- AUSTIN, J. L., *Cum să faci lucruri cu vorbe*, Pitești, Paralela 45, 2005
- AUTRAND, Charles, *La Publicité*, Paris, Seghers, 1976.
- BAL, Mieke, *Natarologia. Introducere în teoria narațiunii*, ed. a II-a, Iași, Institutul European, 2008
- BALDWIN, A. L., „Personal structure analysis”, *Journ.Abn.Soc.Psychol.*, 1942
- BARDIN, Laurence, *L'analyse de contenu*, Paris, PUF, 1991
- BARTHES, Roland, „Conférence sur la 'modernité', à l'Institut des Sciences politique”, Paris, 9-16 april 1975
- BARTHES, Roland, *System de la mode*, Paris, Seuil, 1967
- BARTHES, Roland, *Gradul zero al scriiturii. Noi eseuri critice*, Chișinău, Cartier, 2006
- BARTHES, Roland, *Plăcerea textului. Roland Barthes despre Roland Barthes. Lecția*, Chișinău, Cartier, 2006
- BACHELARD, Gaston, *Poetica spațiului*, Editura Paralela 45, Pitești-București, 2003
- BĂLĂNESCU, Olga, *Tehnici discursive publicistice și publicitate*, București, Ariadna, 2003
- BENENISTE, Émile, *Vocabularul instituțiilor indo-europene*, București, Paideia, 1999
- BORȚUN, Dumitru, *Semiotică. Teorii ale limbajului*, SNSPA, București, 2011
- BORȚUN, Dumitru, *Bazele epistemice ale comunicării*, București, Tritonic, 2013
- BORȚUN, Dumitru, „Referențial perceptiv et referențial ideologic. Le langage comme indicateur du changement de referențial ideologique; des cas dans la Roumanie post communiste”, în vol. *Individual and specific signs. Paradigms of identity in managing social representations*, Alma Mater, Bacău, 2008, p. 37-47
- BORȚUN, Dumitru, „Evul Mediu întârziat. Un discurs despre discursul identitar românesc”, în vol. *Lexic comun / Lexic specializat*, Galați, Editura Europlus, 2009, p. 405-410
- BRUNSCHWICG, Leon, *Les ages de l'intelligence*, „L'univers du discours”, Paris, Felix Alcan, 1934, pp. 57-85.
- BURGELIN, O., „Structural Analysis on mass communication”, in *Studies of broadcasting radio and TV*, Culture Research Institute Nippon, Mosokyokai, 6/1968
- CAPRETTINI, Gian Paolo, *Semiologia povestirii*, Constanța, Editura Pontica, 2000
- CAZACU, Aurel, *Argumentarea. Teorie și aplicații*, Ediția a II-a revăzută și adăugită, București, Editura Fundației România de Măine, 2010
- CORNEA, Paul, *Interpretare și raționalitate*, Iași, Polirom, 2006
- CORNEA, Paul, *Delimitări și ipoteze*, Iași, Polirom, 2008

- CORNU, Geneviève, *Sémiologie de l'image dans la publicité*, Paris, les Éditions d'organisation, 1990.
- COȘERIU, Eugeniu, *Introducere în lingvistică*, Ed. a 2-a, Cluj-Napoca, Echiox, 1999
- COȘERIU, Eugeniu, *Omul și limbajul său*, Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza" Iași, 2009
- COURTÉ, Joseph, *Analyse Sémiotique du Discours. De l'énoncé à l'énonciation*, Hachette, Paris, 1991
- DÂNCU, Vasile Sebastian, *Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1999
- DERMOTET, M., GEFFROY, A., GOUAZE, LAPON, J.-P., MOUILLAUD, M., TOURNIER, M., *Des tracts en mai 68, mesure de vocabulaire et de contenu*, Paris, FNSP, A. Colin, 1975
- DOLLARD, J., MOWRER, O. H., „A method of measuring tension in written documents”, in *Journ. Abn. Soc. Psycho*, 42/1947
- DUBOIS, Michel, *la Publicité en question*, Paris, Montréal Bordas, 1972.
- D'UNRUG, M.-C., *Analyse de contenu et de parole*, Delarge, 1974
- ECO, Umberto, *Lector in fabula*, Editura Univers, București, 1991
- ECO, Umberto, *Opera deschisă*, Pitești, Paralela 45, 2002
- ECO, Umberto, *Apocaliptici și integrați: comunicații de masă și teorii ale culturii de masă*, Iași, Polirom, 2008
- EVERAERT-DESMEDT, Nicole, *La Communication publicitaire. Étude sémio-pragmatique*, Louvain-la-Neuve, Cabay, 1984.
- FISKE, John, *Introducere în științele comunicării*, Polirom, Iași, 2003
- FAUCAULT, Michel, *Ordinea discursului. Un discurs despre discurs*, București, Eurosong & Book, 1998
- GHIGLIONE, R., BEAUVOIS, J.-L., CHABROL, C., TROGNON, A., *Manuel d'analyse de contenu*, Colin, 1980
- GHIGLIONE, R., MATALON, B., BACRIN, B., *Les direx analysés: l'analyse propositionnelle du discours*, PUF, 1985
- GOFFMAN, Erving, *Viața cotidiană ca spectacol*, Comunicare.ro, București, 2003
- GREIMAS, A.J., COURTÉS, J., *Sémiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, tome I, Hachette, 1979
- GREIMAS, J. Algirdas, FONTANILLE, Jacques, *Sémiotica pasiunilor*, Scripta, București, 1997
- GRUNIG, Blanche, *Les Mots de la publicité*, Paris, Presses du CNRS, 1990.
- GUILLAUMIN, C., *L'idéologie raciste, genèse et langage actuel*, Paris, La Haze, Mouton, 1972
- HABERMAS, Jürgen – “Etica discursului – note pentru un program de întemeiere”, în *Conștiință morală și acțiune comunicativă*, Editura All Educational, București, 2000, p. 46-111.
- HABERMAS, Jürgen – *Etica discursului și problema adevărului*, Editura Art, București, 2008.
- HAIGH, G., „Defensive Behaviour in client centred therapy”, in *Psychol.*, 13/1949
- HAUMMONT, N., RAYMOND, H., *L'habitat pavillonnaire*, Paris, CRU
- HENRI, P., MOSCOVICI, S., “Problemes de l'analyse de contenu”, in “*Langage*”, 11/1968
- HERSENI, Traian, *Sociologia limbii*, București, Editura Științifică, 1970
- HUISMAN, Denis, *le Dire et le faire: pour comprendre la persuasion: propagande, publicité, relations publiques, essai sur la communication efficace*, Paris, SEDES, 1983
- IONESCU-RUXĂNDOIU, Liliana, *Conversația. Structuri și strategii. Sugestii pentru o pragmatică a românei vorbite*, Editura All, București, 1999
- KERBRAT-ORECCHIONI, C., *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*, Armand Colin, 1980
- KERBRAT-ORECCHIONI, C., *L'implicite*, Armand Colin, 1986
- LÉGER, J.-M., FLORAND. M.-F., „L'analyse de contenu: deux méthodes, deux résultats”, in Blanchet et.al., *L'entretien dans les sciences sociales*, 1985

- LE GOFF, Jacques, *Civilizația occidentului medieval* – București, Editura Științifică, 1970
- LE GOFF, Jacques, *Pentru un alt ev mediu* – Editura Meridiane, București, 1980
- LE GOFF, Jacques, *Imaginarul medieval* – Editura Meridiane, București, 1991
- LEVY-STRAUSS, Claude, *Antropologia structurală*, Editura Politică, București, 1978
- LYONS, John, *Introducere în lingvistica teoretică*, Editura Științifică, București, 1995
- MAHL, G. F., „Exploring emotional states by content analysis, in *J. de S. Pool, Trends in content analysis*, 1959
- MAINGUNEAU, Dominique, *Les termes de l'analyse du discours*, Seuil, 1996
- MAINGUNEAU, Dominique, *Discursul literar*, Institutul European, Iași, 2007
- MARSHALL, Gordon (edit.), *Dicționar de Sociologie*, București, Univers Enciclopedic, 2003
- MARGA, Andrei, *Introducere în metodologia și argumentarea filosofică*, cap. „Elemente de teorie a discursului”, Cluj-Napoca, Dacia, 1992, pp. 31-134
- MICLĂU, Paul, *Semiotica lingvistică*, Timișoara, Facla, 1977, pp.112-126
- MORIN, Edgar, *Essais sur les mas-media et la culture*, Paris, UNESCO, 1971
- NANU, Adina, *VEZI? Comunicarea prin imagini*, f.e., București, 2002
- OLTEAN, Ștefan, “Discursul referențial și lumile posibile”; “Discursul indirect liber: aspecte referențiale”, în *Introducere în semantica referențială*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2006, pp.167-202.
- OPREA, Ioan, “Existența, esența și manifestările limbii”, în *Elemente de filozofia limbii*, Institutul European, Iași, 2007, pp. 29-206
- OSGOOD, C. E., WALKER, E. G., „Motivation and language behaviour: content analysis of suicide notes”, *J. Abnorm. Soc. Psychol.*, 1959
- OSGOOD, C. E., “The representational Model and Relevant research Methods”, in I. de So-la Pool (edit.), *Trends in content analysis*, Urbana, University of Illinois Press, 1959
- PARASCHIVESCU, Radu, *Dintre sute de clișee: așchii dintr-o limbă tare*, București, Humanitas Fiction, 2009
- PEYROUTET, Claude, *La pratique de l'expression écrite*, Nathan, Paris, 1991
- PEYROUTET, Claude, *Style et rhétorique* Nathan, Paris, 1994
- RAIMY, V.C., „Self reference in counseling interviews”, in *J. Consul. Psychol.*, 13/1949
- RAYMOND, H., “Analyse de contenu et entretien non directif: application au symbolisme de l'habitat”, in „*Revue française de sociologie*”, numéro spécial: „Urbanisme”, Paris, 1968
- ROCHE, J., *Le style des candidats à la Présidence de la République*, Ed. Privat, 1971
- ROMEDEA, Adriana-Gertruda, *Formes discursives*, Bacău, Alma Mater, 2007
- ROVENȚA-FRUMUȘANI, Daniela, *Semiotica discursului științific*, Editura Științifică, București, 1995
- ROVENȚA-FRUMUȘANI, Daniela, *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*, București, Tritonic, 2005
- SĂLĂVĂSTRU, Constantin, *Mic tratat de oratorie*, Editura Universității “Alexandru Ioan Cuza” Iași, 2006
- SĂLĂVĂSTRU, Constantin, *Arta dezbaterilor publice*, București, Tritonic, 2009
- SĂLĂVĂSTRU, Constantin, *Discursul puterii. Încercare de retorică aplicată*, București, Tritonic, 2009
- STOICA, Dan, *Logică și limbaj: instanțieri în spațiul cultural francez*, Iași, DAN, 2000.
- STOICHIȚOIU-ICHIM, Adriana “Strategii persuasive în discursul publicitar (II)”, în *Limbă și literatură*, anul XLII, Vol.III-IV, 1997
- STOICHIȚOIU-ICHIM, Adriana, *Semiotica discursului juridic*, Editura Universității din București, 2002
- TUȚESCU, Mariana, *L'argumentation. Introduction a l'etude du discours*, Editura Universității din București, București, 1998

SURSE LEXICOGRAFICE

DISCURSUL: Bidu-Vrăncianu, Angela; Călărașu, Cristina; Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana; Mancaș, Mihaela; Pană Dindelegan, Gabriela; *Dicționar General de Științe. Științe ale limbii*, Editura Științifică, București, 1997.

DEX'96: *Dicționarul Explicativ al Limbii Române*, ediția a II-a, Editura Univers Enciclopedic, București, 1996.

Microsoft ENCARTA 98 Encyclopaedia, articolul *Advertising*

CD-ROM Ogilvy and Mather Bucharest

Encyclopaedia Universalis, articolul *Publicité*.

www.café.montreal.ca, articolul *La Pub*.

2.4. Modalitatea de verificare

Test de cunoștințe și aplicație.

2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1	
Seminare față în față	23.10.2022 ora 10:00 sala 311	
	11.12.2022 ora 10:00 sala 307	
Seminare online (pe platforma Webex)	13.10.2022 ora 17.00	
	20.10.2022 ora 17.00	
	27.10.2022 ora 17.00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2
	29.01.2023 Trimite referat	11.02.2023 Trimite referat

Coordonator de disciplină:

cadru didactic asociat drd. Sebastian CHELU

Statut:

obligatorie

Număr de credite:

6

3.1. Cadrul general al cursului

Studentii vor dobândi următoarele competențe profesionale:

- Să conceapă un proiect audio-video, din faza de proiect până la finalizarea lui.
- Vor învăța elementele de baza pentru a filma, a fotografia, a edita fotografiile sau imaginii în mișcare, a prelucra sunetul pentru ca în final, să poată realiza o știre, un reportaj, o anchetă, un documentar, un portret, un eseu.
- Vor învăța să finalizeze un material audio, video, foto, pentru televiziune sau mediul "online".
- Utilizarea adecvată a elementelor specifice limbajului de televiziune.
- Identificarea și operarea cu elemente de tehnologie a prelucrării imaginii și sunetului.
- Descrierea principalelor metode și tehnici de captare și prelucrare a imaginii, a sunetului și a fotografiei.
- Reconstrucția narativă a realității prin intermediul montajului audio-video.
- Tehnici de manipulare audio-video.
- Evaluarea compatibilității echipamentelor și softurilor de lucru în tratarea adecvată a proiectelor de montaj audio, video, foto.

Evaluarea: la finalul cursului studenții vor realiza, individual, un material audio-video care va fi postat pe pagina de Facebook a MCRP.



3.2. Structura cursului

1. Jurnalismul și multimedia
2. Formate multimedia și de televiziune
3. Fotografia
4. Imaginea
5. Sunetul
6. Televiziunea
7. Editarea foto
8. Editarea audio-video
9. Editarea audio
10. Finalizarea proiectelor audio-video
11. Mediul online (youtube, blog, ziare online)
12. Viitorul multimedia

3.3. Bibliografie

- Gheorghe Mitrofan , „Televiziune – de la videocameră la monitor”, Ed. Teora, București, 1996.
- Ovidiu Drugă, Horea Murgu „Elemente de gramatică a limbajului audiovizual”, Ed. Fundației Pro, București, 2002.
- Daniel Arijon, „Gramatica Filmului”, Ed. Oscar Print, București, 2013.
- Shook Frederick, „Television field production and reporting”, Longman Publishers, USA, 2016.
- Timothy Garrand, „Writing for Multimedia and the Web”, Elsevier, Amsterdam, 2006.
- Michael Freeman, „Manual de fotografie digitala”, Ed. Litera, București, 2011.

3.4. Modalitatea de verificare

Pentru nota finală se va lua în considerare activitatea din timpul anului. Fiecare student va realiza materialul audio-video (stire, reportaj, anchetă, documentar, portret, eseu) de la concepția pe hârtie până la fișierul master audio-video. Este evaluat modul de concepere a proiectului, pregătirea pentru filmare, filmarea, montajul video, procesarea sunetului și finalizarea materialului.

Condiții de promovare (condiții pentru nota 5)

- 3 prezențe în total
- Nota 5 pentru proiectul final: să reiasă din prezentarea proiectului că studentul: a conceput un proiect, a trecut la realizarea lui, dar nu l-a finalizat.

Criterii de evaluare (condiții pentru nota 10)

- prezențe la toate seminariile (7 prezențe în total)
- a conceput și finalizat un proiect audio-video în parametrii stabiliți la curs.

3.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1	
Seminare față în față	05.11.2022 ora 10:00 sala 507	
	12.11.2022 ora 10:00 sala 507	
Seminare online (pe platforma Webex)	13.12.2022 ora 18:00	
	10.01.2023 ora 18:00	
	17.01.2023 ora 18:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2
	22.01.2023 Trimite referat și proiect audio-video	05.02.2023 Trimite referat și proiect audio-video



Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Irina Marsh

Statut: obligatorie

Număr de credite: 6

4.1. Cadrul general al cursului

Prin tematica enunțată, cursul de managementul evenimentelor își propune să familiarizeze studenții cu elementele principale în arhitectura evenimentelor majore sau cu număr mic de participanți, precum un eveniment corporate sau privat, conferință sau seminar, festival sau concert, expoziție sau workshop. Abordarea este sistematică, începând cu identificarea tipurilor de evenimente, explicitarea pașilor necesari în planificare, asigurarea promovării, implementare și evaluare post-eveniment.

Diseminarea cunoștințelor se va realiza prin intermediul prelegerilor de curs și prin exerciții practice realizate în seminar.

Cursul este structurat în trei părți: prima parte este dedicată definirii evenimentelor și realizării conceptului de eveniment adaptat la condițiile pieței și la nevoile publicului țintă. Cea de-a doua parte este dedicată ciclului de planificare, incluzând locația, bugetul, promovarea și publicitatea evenimentului. Ultima parte include teme referitoare la construirea echipei, implementare și evaluare.

Cursul își propune să ofere și o perspectivă asupra unor aspecte care au o importanță din ce în ce mai mare, precum analiza riscului, asigurarea siguranței locației și logistică.

4.2. Structura cursului

1. Definiția evenimentelor; tipuri de evenimente, relația cu alte sectoare ale industriei
2. Pregătirea conceptului, inovare
3. Procesul de planificare: pregătirea programului și a conținutului
4. Locația evenimentului; cerințe de spațiu și resurse, siguranța locației și logistica
5. Bugetul, finanțarea și achiziționarea serviciilor pentru desfășurarea evenimentului
6. Pregătirea echipei de implementare; promovarea și publicitatea evenimentului
7. Implementarea și managementul evenimentului în timp real; responsabilitățile managerului
8. Post-eveniment; impact și evaluare

4.3. Bibliografie

Indicațiile bibliografice sunt grupate la sfârșitul fiecărui capitol. Fiecare capitol beneficiază de bibliografie specifică. Bibliografia oferită este orientativă. Pot fi consultate și alte cărți cu referire la domeniu.

4.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea competențelor studenților se va face atât pe parcursul semestrului, cât și în urma unei examinări consolidate, la sfârșitul cursului.

Evaluarea pe parcurs are o pondere de 40% din nota finală și se bazează pe prezența activă și activitatea la toate seminariile online.

Evaluarea finală: Proiect de 5-10 pagini constând în rezolvarea unuia dintre exercițiile din curs. Proiectul se va încărca pe platformă în secțiunea dedicată, în perioada sesiunii, până la data examenului.

Observații:

- Detalii cu privire la criteriile de evaluare a activității la seminariile online se găsesc pe pagina disciplinei, pe platforma de *e-learning*.
- Proiectul se scrie în Times New Roman, font 12, la un rând și va avea între 8-10 pagini (inclusiv bibliografia). Proiectele trebuie să respecte normele redactării științifice. Proiectele care nu conțin citări, surse bibliografice, texte aliniat și redactate conform cerințelor academice vor fi respinse.
- Proiectul se trimite de către studenți pe platforma de *e-learning* la secțiunea **Proiect final** de pe pagina disciplinei, cu respectarea termenului stabilit.
- Pentru restanțe rămân valabile aceleași condiții și criterii de evaluare.

4.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1	
Seminare online (pe platforma Zoom)	19.11.2022 ora 10:00	
	03.12.2022 ora 10:00	
Seminare online (pe platforma Webex)	17.11.2022 ora 17:00	
	24.11.2022 ora 17:00	
	08.12.2022 ora 17:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2
	21.01.2023 Trimite referat	03.02.2023 Trimite referat

5. COMUNICARE ÎN DOMENIUL SĂNĂTĂȚII

Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Alina Duduciuc

Statut: obligatorie

Număr de credite: 5

5.1. Cadrul general al cursului

Cursul *Comunicare în domeniul sănătății* își propune să familiarizeze studenții cu tehnicile persuasive de elaborare a mesajelor și strategiilor pentru comunicarea (interpersonală și publică) din domeniul sănătății. Sunt discutate, de asemenea, aspectele cognitive, afective și comportamentale ale comunicării medic-pacient, cu un accent pe rolul contextului psihosocial. Sunt prezentate, de asemenea, teoriile din domeniul științelor sociale (psihosociologie, psihologie, sociologie, antropologie) privind modul în care indivizii adoptă și mențin conduitele favorabile sau nefavorabile sănătății ca urmare a expunerii la mesajele din interacțiunile sociale reale sau virtuale. În cadrul prelegerilor sunt abordate teme precum dificultăți și bariere în comunicarea medic-pacient; comunicarea diagnosticului cronic și terminal; comunicarea cu pacienții care vor fi supuși unei intervenții chirurgicale; noncompliance la tratamentul recomandat; campaniile publice despre sănătate; percepția socială a riscurilor în pandemia de Covid-19. Cursurile sunt însoțite de o serie de exerciții care facilitează acumularea cunoștințelor prezentate, precum și antrenarea abilităților de comunicare.

5.2. Structura cursului

1. Comunicarea în domeniul sănătății: o nouă disciplină în câmpul științelor comunicării
2. Modele teoretice ale comunicării în domeniul sănătății I
3. Modele teoretice ale comunicării în domeniul sănătății II
4. Persuasiunea în comunicarea medicală: campanii de social marketing
5. Comportamentul uman și percepția riscurilor în pandemia de Covid-19
6. Noile tehnologii de comunicare în domeniul sănătății
7. Branding medical
8. Gestionarea reputației medicale în mediul online

5.3. Bibliografie

- Ahluwalia, S., Murray, E., Stevenson, F., Kerr, C. & Burns, J. (2010). 'A heartbeat moment': qualitative study of GP views of patients bringing health information from the internet to a consultation. *British Journal of General Practice*, 60(571), 88-94.
- Barbaros, Corina M. (2022). *Comunicare în domeniul sănătății: teorii, cercetări și aplicații*. Editura Universității A. I. Cuza din Iași.
- Baban, A. & Penta, M. (2013) The role of mass media in health messages communication. In D. Dumitrașcu & C. Hoțoleanu. *Improving medical communication: new techniques of optimization of the approach to the patient*. Editura Medical Univ. Press, Cluj-Napoca.
- Bărgăoanu, Alina. (2018). *#Fakenews. Noua cursă a înarmării*. Editura Evrika.

- Cismaru, Diana-Maria. (2015). *Managementul reputației în mediul online*. București: Editura Tritonic.
- Dafinoiu, I. & Boncu, Ștefan (coord). (2016). *Psihologie socială clinică*. Iași: Editura Polirom.
- Duduciuc, A., Barbaros, M.C. & Ionescu, A. (2022). E-health. In Ho, Evelyn Y., Carma L. Bylund, C. L., Van Weert, J. C. M., Bol, N., Dean, Dean (eds.). *The International Encyclopedia of Health Communication*. Disponibil la: <https://drive.google.com/file/d/17ydvo5viQ4C0XWryywO9SATg1bXQ24Bu/view?usp=sharing>.
- Caiata-Zufferey, M. & Schulz, P. (2012). Physicians' communicative strategies in interacting with Internet-informed patients. Results from a qualitative study. *Health Communication*, 27(8), 738-749.
- Douaihy, A., Kelley, T. M., Gold, M. A (2014). *Motivational interviewing: a guide for medical trainees*. New York: Oxford University Press.
- Gallagher T, Hartung P, Gregory S. (2001). Assessment of a measure of relational communication for doctor-patient interactions. *Patient Education and Counseling*, 45, 211-218.
- Gilligan, Timothy et al. (2017). Patient clinician communication: American Society of Clinical Oncology Consensus Guideline. *Journal of Clinical Oncology*, 35(31), pp. 3618-3632.
- Hannawa, A. F. (2011). Shedding light on the dark side of doctor-patient interactions: verbal and nonverbal messages physicians communicate during error disclosures. *Patient Education and Counseling* 84, 344-3.
- Kreps, G.L. (2012). Translating health communication research into practice: The importance of implementing and sustaining evidence-based health communication interventions. *Atlantic Communication Journal*, 20, 5-15.
- Kim, J., Park, S., Yoo, S., Shen, H. (2010). Mapping health communication scholarship: Breadth, depth, and agenda of published research in Health Communication. *Health Communication*, 25, 487-503.
- Larson, H., Karafillakis, E., Antoniadou, E., Baban, A., Pereti-Watel P., Verger, P., Apfel, F., Cecconi, S. (2015). *Vaccine hesitancy among healthcare workers and their patients in Europe – A qualitative study*. Stockholm: ECDC.
- Nicotera, A.M., Mahon M.M., Zhao X. (2010). Conceptualization and measurement of structural divergence in the healthcare setting. *Journal of Applied Communication Research*, 38, 362-385.
- Parvanta, Claudia F. et al. (2010). *Essentials of Public Health Communication*. Canada: Jones & Bartlett Learning. Disponibil la: [http://www.stikessu.ac.id/file_ebook/%5BClaudia_Parvanta,_David_E._Nelson,_Sarah_A._Parva\(BookFi.org\).pdf](http://www.stikessu.ac.id/file_ebook/%5BClaudia_Parvanta,_David_E._Nelson,_Sarah_A._Parva(BookFi.org).pdf)
- Smith, L. și Gibson, S. (2020). Social psychological theory and research on the novel coronavirus disease (COVID-19) pandemic: Introduction to the rapid response special section. *The British Journal of Social Psychology*, 59(3), 571-583. <https://doi.org/10.1111/bjso.12402>
- Spânu, F. & Baban, A. (2013) Improving doctor-patient communication by empowering patients: reflections based on the results of the ORCAB project in Romania. In D. Dumitrașcu & C. Hoțoleanu. *Improving medical communication: new techniques of optimization of the approach to the patient*. Cluj-Napoca: Editura Medical Univ. Press.

Proiect

Realizarea unei campanii publice sau de social marketing. Studenții vor alege o temă din cele patru enumerate mai jos, respectiv:

1. Prevenirea anxietății sociale fizice în rândul tinerelor/adolescentelor/studentelor etc.
2. Campanie pentru încurajarea donării de sânge.
3. Prevenirea sarcinilor nedorite în rândul preadolescenților/ Contracepția.
4. Campanie pentru consolidarea reputației medicilor.

Campaniile vor fi încărcate pe platforma de e-learning până la data examenului. Fiecare student va încărca campaniile într-un singur document word sau pdf. Pe pagina de gardă a campaniilor se va menționa numele autorului, masteratul și anul de studiu. Fiecare campanie trebuie să fie descrisă în maxim 5-7 pagini și trebuie să conțină neapărat surse bibliografice. Structura campaniei va fi încărcată de titularul cursului pe platforma de e-learning.

Cerințe realizare proiect

- Font Times New Roman, mărime 12, spațiere 1,5 rând;
- Maxim 7 pagini
- Stiluri de redactare acceptate: APA (<https://www.library.cornell.edu/research/citati-on/apa>).

Atenție!

Proiectele trebuie să respecte normele redactării științifice. Proiectele care nu conțin citări, surse bibliografice, texte aliniate și redactate conform cerințelor vor fi respinse.

Proiectul se trimite de către studenți pe platforma de e-learning la secțiunea Proiect final de pe pagina disciplinei Comunicare în domeniul sănătății, cu respectarea termenului stabilit. Pentru restanțe rămân valabile aceleași condiții și criteriile de evaluare.



5.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1	
Seminare față în față	26.11.2022 ora 10:00 sala 313	
	14.01.2023 ora 10:00 sala 313	
Seminare online (pe platforma Webex)	23.11.2022 ora 18:30	
	15.12.2022 ora 18:30	
	20.01.2023 ora 18:30	
Examen	Șansa 1	Șansa 2
	04.02.2023 Trimite referat	10.02.2023 Trimite referat



MASTERAT ÎN COMUNICARE MANAGERIALĂ ȘI RESURSE UMANE





Anul I Semestrul I

DISCIPLINE

- 1. Managementul strategic al resurselor umane. Diagnoza organizațională**
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat
lector univ. dr. Lavinia ȚÂNCULESCU-POPA
- 2. Cultură și comportament organizațional**
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat prof. univ. dr. Ștefan STANCIU
- 3. Managementul personalului**
Coordonator de disciplină: lector univ. dr. ing. Carmen NOVAC
- 4. Recrutare și selecție**
Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Camelia CRIȘAN

Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat lector univ. dr. Lavinia ȚÂNCULESCU-POPA
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	8

1.1. Cadrul general al cursului

Acesta este un curs introductiv în diagnoza organizațională. Mulți dintre consultanții remarcabili și cu experiență consideră pe bună dreptate ca realizarea unei diagnoze este încoronarea activității de consultanță organizațională, fiind cu mare probabilitate cea mai solicitantă, mai complexă, mai interesantă și mai dificilă parte din munca unui consultant. Ca atare, presupune existența nu doar a unor cunoștințe bogate, ci și a unor deprinderi avansate – nici una și nici cealaltă dintre aceste două componente nu pot fi transmise printr-un singur curs. Nu încercăm de aceea deloc să ne concentrăm pe dezvoltarea de deprinderi de interacțiune cu clientul, ci încercăm să reducem într-o oarecare măsură deficitul de cunoștințe în ceea ce privește domeniul diagnozei organizaționale. Așteptăm cu realism ca în urma acestui curs studentul să aibă capacitatea de a rula un proiect diagnostic de la A la Z, stabilind în mod coerent principiile, obiectivele, metodele, instrumentele, realizând planul de desfășurare, administrând și controlând desfășurarea și oferind analiza și interpretarea sa datelor obținute.

1.2. Structura cursului

1. Introducere în diagnoza organizațională
2. Cadre și modele de diagnoză calitativă
3. Organizațiile ca sisteme deschise
4. Organizațiile ca arene politice
5. Satisfacția cu munca
6. Caracteristicile muncii
7. Stresul ocupațional
8. Implicarea în muncă
9. Comportamentul civic în organizație
10. Comportamente contraproductive în organizație
11. Valorile la locul de muncă

1.3. Bibliografie

Bibliografia aferentă se găsește în interiorul suportului de curs (pe platforma de e-learning).

Evaluarea competențelor studenților se va face atât pe parcursul semestrului, cât și în urma unei examinări consolidate, la sfârșitul cursului.

Evaluarea are în vedere realizarea a trei lucrări științifice, descrise detaliat mai jos și notate cu L1, L2 și L3.

Lucrarea 1 și Lucrarea 2 fac parte din evaluarea pe parcursul semestrului.

Lucrarea 1 (L1) va fi realizată de fiecare student pe o temă “personalizată” – adică fiecare student va primi propria lui temă. Temele vor fi trase la sorți dintr-un set de 40 de posibile teme, până pe data de 3 decembrie și vor fi comunicate studenților în scris (e-mail) prin intermediul responsabilului de an.

Câteva exemple de teme sunt date mai jos:

- Ambiguitatea de rol generează simptome fizice negative.
- Anumite stiluri de coping sunt asociate puternic cu probleme de sănătate la nivel individual (de exemplu afecțiuni mentale și fizice).
- Anumite stiluri de coping sunt incongruente cu implicarea în muncă (engagement).
- Anumite valori pot contribui la reziliența la stres.
- Comportamentele contraproductive apar ca urmare a existenței anumitor valori la angajatul care manifestă aceste comportamente.

Lucrarea va trebui să respecte standardele unei lucrări științifice teoretice (fără cercetare empirică), adică să ofere o parte de documentare a conceptelor și apoi o luare de poziție personală pro sau contra opiniei exprimate în titlu. De exemplu, un student ar putea argumenta în cazul primului exemplu pentru faptul că ambiguitatea de rol generează simptome fizice negative, iar altul împotriva acestei afirmații. În orice caz, este critică descrierea mecanismului prin care fenomenul se produce. Este încurajată reprezentarea vizuală a mecanismului și documentarea lui în toți pașii. De exemplu, o posibilă rută pentru acest prim exemplu ar putea fi aceea care spune că ambiguitatea de rol este o caracteristică a postului încadrată în zona de cerințe ale muncii (engl. *job demands*), adică un stresor, care este documentat a fi relaționat cu epuizarea (engl. *burnout*), care duce la simptome fizice și emoționale negative. Desigur, aceasta nu este singura rută posibilă. Este încurajată dezvoltarea și prezentarea unui design de cercetare empirică, care ar putea testa riguros ipoteza astfel avansată.

Lucrarea se punctează în termeni de documentare, putere a argumentului și formă de redactare. L1 este un proiect teoretic de 5-7 pagini (2000 caractere /pagină), cu spații /pagină = 10000 – 14000 caractere.

Proiectul va prezenta o discuție a respectivei teme, pe baza literaturii științifice ce va fi căutată de student, cu cel puțin următoarele detalii: stadiul actual al cunoașterii pentru acea temă (modele teoretice consacrate), dileme și limite ale cunoașterii pentru acea temă (aspecte care sunt încă dezbătute sau neclare), semnificație practică (ce utilitate are tema în practică sau cum se poate implementa în practică). Sugestie baze de date pentru cercetare articole: PsyInfo; Ebsco; J-STOR; baza de date a revistei Psihologia Resurselor Umane. Proiectul va avea un aparat critic format din cel puțin 5 (cinci) articole profesionale în aria aleasă/subiectul ales.

Lucrarea 2 (L2) va fi constituită din realizarea unei analize diagnostic pentru o organizație, pornind de la datele ce vor fi trimise, până la data de 3 decembrie studenților, prin intermediul responsabilului de an. Vor fi trimise date cu privire la contextul organizației pe baza căreia se va face studiul de caz, precum și un fișier Excel ce conține rezultatele aplicării instrumentelor de diagnoză organizațională în cadrul respectivei organizații pe care se va alcătui studiul de caz.

Lucrarea 3 (L3), la finalul semestrului, va fi alcătuită, la alegere, pe una dintre cele 4 teme de mai jos, care, însă, să nu aibă legătură cu tema primită la L1 (prin urmare dacă tema alocată pentru L1 este despre comportamente contraproductive, studentul nu își va putea alege pentru L3, tema: „Cercetări recente în relație cu Comportamentele Contraproductive la Locul de muncă”).

Cele 4 teme disponibile pentru L3 sunt:

- 1) „Cercetări recente în relație cu Comportamentele Contraproductive la Locul de muncă”
- 2) „Cercetări recente în relație cu Stress-ul la locul de muncă”
- 3) „Cercetări recente în relație cu Comportamentul Civic Organizațional”
- 4) „Cercetări recente în relație cu Nevoile Psihologice la Locul de muncă”.

Referatul nr. 3 va avea 5-7 pagini, APA Style, cu diacritice, 2000 caractere /pagina și va consta din revizuirea literaturii de specialitate pe tema aleasă, revizuire care va consta din analiza și sinteza a cel puțin 5 articole științifice din jurnale academice. Referatul începe cu precizarea celor 5 surse minime folosite (DOAR JURNALE ACADEMICE, exclus REFERINȚE DE PE WEBSITE-uri) și apoi continuă cu sinteza asupra rezultatelor respectivelor studii. Se apreciază și punctează, în partea de concluzii a lucrării și argumentarea opiniei studentului în legătură cu respectivele studii (maximum 1 pagină). Pentru promovarea examenului este obligatorie depunerea tuturor celor 3 proiecte și obținerea a cel puțin notei 5 la fiecare dintre ele. Un procent de plagiat mai mare de 20% atrage după sine notarea cu nota 1 a respectivului proiect.

Studenții vor denumi proiectele cu numele și prenumele studentului și specificația _L1, _L2 și _L3. Este obligatorie aderența la stilul de redactare APA și utilizarea diacriticilor. Lucrările cu vicii de formă sunt respinse automat (așadar formatați în stil APA și scrieți cu diacritice!).

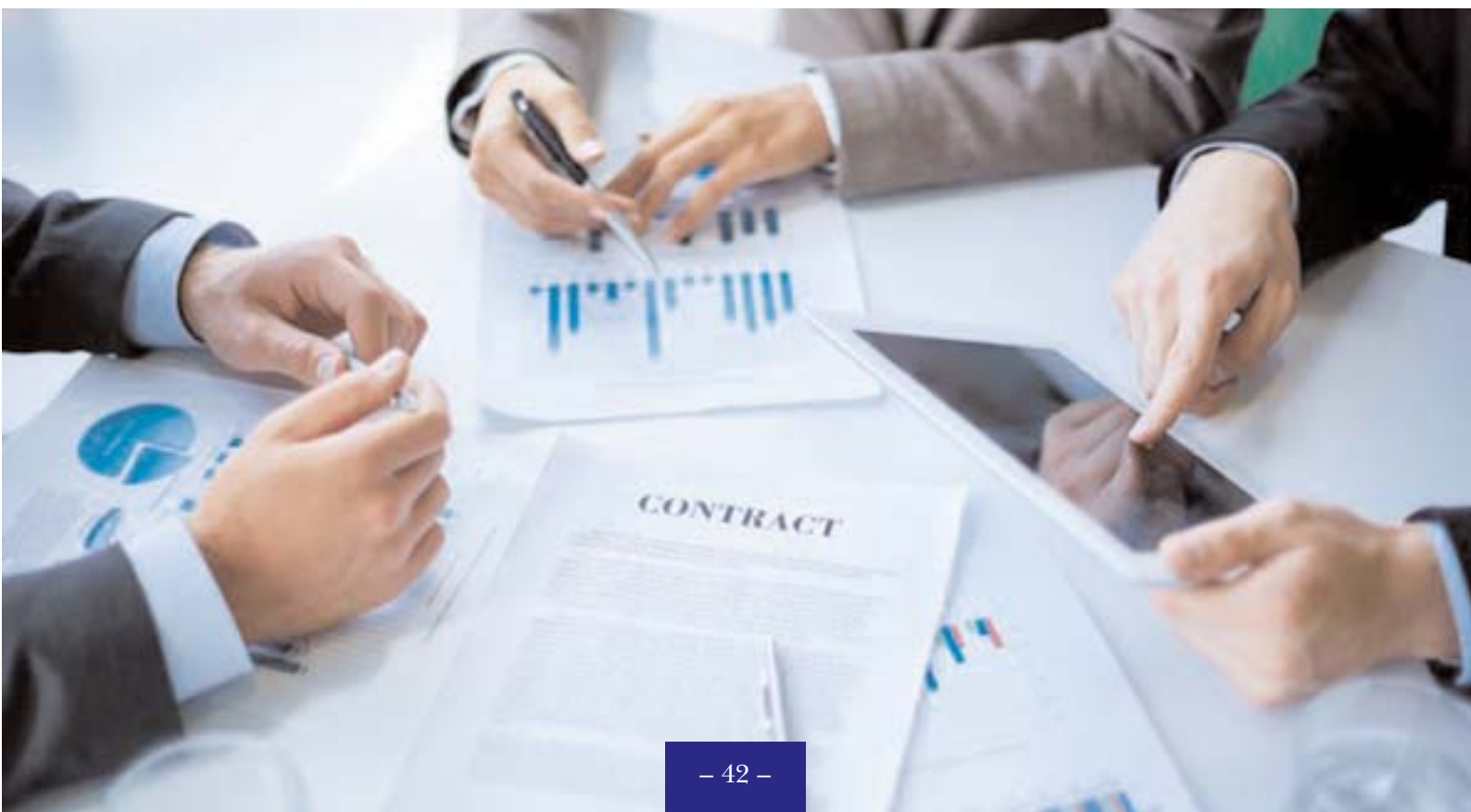
Lucrările vor fi salvate în format .doc sau .docx (nu pdf sau alt format), vor avea ca denumire numele și prenumele studentului și referința L1, L2 sau L3. (Exemplu: Popescu_Ioana_L1; Popescu_Ioana_L2; Popescu_Ioana_L3). Lucrările vor fi trimise către responsabilul de an, care va preda, prin e-mail, o arhivă de tip .zip, către profesor, arhivă ce va conține toate lucrările primite de la colegi, până în ultima vineri dinaintea datei susținerii examenului. Arhiva se va primi până în respectiva vineri, ora 19:00, pe adresa: lavinia.tanculescu@comunicare.ro până în vinerea de dinainte de data examenului. Restanțierii au aceleași cerințe.

Dintre cele 3 lucrări, L1 și L3 constituie câte 20%, iar L2 constituie 50% din nota finală. Se acordă 1 punct din oficiu. Pentru promovarea examenului este obligatorie trimiterea tuturor celor trei lucrări, iar la fiecare dintre acestea este necesar ca studentul să obțină minimum nota 5.

Lucrările vor fi verificate anti-plagiat și, în caz de identificare a unui procent mai scăzut de 70% originalitate (respectiv 30% plagiat), întregul examen va fi notat cu 1. Nu se consideră plagiat pasajele semnalizate ca citat și pentru care este precizată sursa. Cu toate acestea, fiecare lucrare trebuie să aibă mai mult de 60% din conținutul lucrării original. Este obligatorie includerea aparatului critic (bibliografiei utilizate).

1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	26.11.2022 ora 10:00 sala 317			
	10.12.2022 ora 10:00 sala 317			
Seminare online (pe platforma Zoom)	21.10.2022 ora 18:30		21.10.2022 ora 20:00	
	04.11.2022 ora 18:30		04.11.2022 ora 20:00	
	18.11.2022 ora 18:30		18.11.2022 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	29.01.2023 Arhiva cu lucrări pe mail	10.02.2023 Arhiva cu lucrări pe mail	29.01.2023 Arhiva cu lucrări pe mail	10.02.2023 Arhiva cu lucrări pe mail



Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat prof. univ. dr. Ștefan STANCIU
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	8

2.1. Cadrul general al cursului

1. Cadrul general al cursului

Cursul abordează conceptele, teoriile și practicile privind cultura și comportamentul organizațional din perspectivă psiho-sociologică și aplicațiile lor în managementul resurselor umane. Cursul pune în valoare modelele culturale în măsură să inspire schimbări organizaționale, atitudinale și comportamentale. Cultura managerială este prezentată în contextul culturii organizaționale și al celei naționale, pentru a forma aptitudini legate de dezvoltarea potențialului salariaților. Cursul este corelat cu globalizarea și cu problematica grupurilor eterogene cultural. Aria disciplinară a comportamentului organizațional se referă la modul în care interacționează salariații și în care se cristalizează stilurile de conducere.

Cursul se referă atât la comportamentul individual, cât și la cel de grup și organizațional. Cultură și comportament organizațional este o disciplină fundamentală și obligatorie.

2. Obiectivele generale ale cursului

Studiul culturii organizaționale prelucrează câștigurile teoretice, cercetările empirice ale domeniilor evocate în cheia managementului, cu scopul de sugera direcții de proiectare a unor strategii organizaționale adecvate contextului global, de a identifica modalitățile de utilizare a potențialului resurselor umane în condițiile diversității culturale, de a explica și orienta devenirea organizațiilor în calitatea lor de actori ai competiției economice.

Civilizația globală cu care se confruntă managerii prezentului este caracterizată prin pluralismul politic, mondializarea gusturilor consumeriste, explozia informațională și tehnologică, supralicitarea ecologismului, militantismul pentru *dezvrăjirea* unor valori dominante etc. Mediul economic înregistrează din plin aceste conversii, fiind sub presiunea re-proiectărilor și restructurărilor permanente. Organizațiile reacționează la acest mediu dinamic și incert prin strategii de întărire și supraviețuire de tipul fuziunilor, achizițiilor sau, sintetic spus, prin parteneriate strategice mondiale. În aceste condiții, este cu atât mai vizibilă nevoia coagulării unor competențe de natură culturală. Zonele în care penetrează aceste companii sunt diferite cultural, uneori total eterogene în raport cu țările de origine în care firmele își desfășoară activitățile. Barierele de natură istorică, geografică, politică, birocratică, instabilitatea socio-economică, paradigmele culturale ce hrănesc comportamentele și acțiunile profesionale pot genera incompetențe interculturale.

Într-o lume care, vrând-nevrând, se arată deschisă spre globalizare, care alimentează tensiunile politice, economice, strategice etc., interesul companiilor este acela de a se concentra asupra elucidării factorilor de conflict pe care îi determină prezența lor. Cursul își propune să abor-

deze meritele și limitele definițiilor culturii organizaționale prin prisma relațiilor cu ceea ce numim culturi naționale, caracteristicile culturii organizaționale, componentele culturii, factorii de influență, schimbarea culturală și agenții schimbării, cultura și cunoașterea, climatul, relația dintre cultură și structura organizațională (Hall, Schein, Denison, Hofstede, Deal și Kennedy, Kotter și Heskett, Thomas Peters și Richard Waterman, Robert Blake, Jane Mouton, Douglas McGregor, Rensis Likert).

Tabloul este completat de investigarea izomorfismului cultural și a legitimității (dezirabilitatea sistemelor culturale împărtășite de o entitate), a modelelor culturale, a culturilor informaționale, globale, subculturilor, managementului transcultural etc.

Cursul își propune abordarea conceptelor, teoriilor și practicilor privind cultura și comportamentul organizațional. Studiul culturii organizaționale vizează conceptele fundamentale din perspectivă psiho-sociologică și aplicațiile lor în managementul resurselor umane. Pe de altă parte, cursul pune în valoare modelele culturale contemporane, în măsură să inspire sau să declanșeze schimbări organizaționale, atitudinale și comportamentale. Cultura managerială este prezentată atât în contextul culturii organizaționale, cât și al celor naționale, pentru a forma aptitudini legate de dezvoltarea potențialului resurselor umane. Studiul de față este corelat cu procesele legate de globalizare și, în mod particular, cu problematica grupurilor eterogene din punct de vedere cultural. Aria disciplinară a comportamentului organizațional se referă la modul în care interacționează salariații și în care se cristalizează stilurile de conducere. Cursul se referă atât la comportamentul individual, dar, mai ales, la cele de grup și organizațional. Cursul a fost structurat pornind de la cartea apărută în 2005 la Editura comunicare.ro – *Cultură și comportament organizațional*, ai cărei autori sunt Ștefan Stanciu și Mihaela Alexandra Ionescu. Din lucrarea respectivă, am ales pentru a fi studiate doar capitolele prezentate mai jos.

3. Obiectivele specifice ale cursului

Cursul are în vedere familiarizarea studenților cu temele consacrate ale comportamentului organizațional, în calitatea lor de suport capabil să asigure dezvoltarea unei organizații, mai ales în privința fondului de resurse umane.

La finalul parcurgerii acestui curs studenții trebuie să-și însușească abilități de operare și integrare a teoriilor și conceptelor legate de comportamentul organizațional.

Cursul are în vedere familiarizarea studenților cu temele actuale ale domeniului în scopul evidențierii importanței acestora în gestionarea aspectelor aparent mai puțin vizibile ale organizației și semnalării interdependenței dintre cultură și celelalte elemente organizaționale (structură, stiluri de conducere).

La finalul parcurgerii cursului studenții trebuie să-și însușească abilități de operare și integrare a teoriilor, conceptelor și modelelor relevante. Totodată, studenții trebuie să dobândească capacitatea de a folosi în mod critic cunoștințele însușite.

2.2. Structura cursului

Modulul 1. CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ

- Unitatea de învățare 1.1. Concepte privind cultura organizațională
- Unitatea de învățare 1.2. Elementele culturii organizaționale
- Unitatea de învățare 1.3. Aspecte concrete în studiul culturii organizaționale
- Unitatea de învățare 1.4. Structuri și modele culturale
- Unitatea de învățare 1.5. Cultură și conducere
- Unitatea de învățare 1.6. Diversitate și management cultural

Modulul 2. COMPORTAMENT ORGANIZAȚIONAL

- Unitatea de învățare 2.1. Comportamentul organizațional
- Unitatea de învățare 2.2. Grupul în dinamica organizațională
- Unitatea de învățare 2.3. Concepte privind grupul
- Unitatea de învățare 2.4. Aspecte relevante privind procesele și fenomenele de grup
- Unitatea de învățare 2.5. Echipa
- Unitatea de învățare 2.6. Teorii privind stilurile de conducere
- Unitatea de învățare 2.7. Stiluri de conducere

2.3. Bibliografie

Bibliografia obligatorie aferentă cursurilor

- Hudrea, Adrian, Studiul și analiza culturii organizaționale, *Revista Transilvană de Științe Administrative* 2(35)/2014
- Burke, W. Warner, *Organization change: theory and practice*, Los Angeles: Sage Publications, (817), 2011. Lucrarea se găsește în format pdf la Biblioteca SNSPA.
Capitolul 4. Theoretical foundations of organizations and organization change.
Capitolul 8. Conceptual models for understanding organization change
- Bhagat, S., Steers, Richard M., *Cambridge handbook of culture, organizations and work*, edited by Rabi, New York: Cambridge University Press, 2009. Lucrarea se găsește în format pdf la Biblioteca SNSPA.
Capitolul 16. Cultural values and women's work and career experiences. Ronald J. Burke

Bibliografie recomandată aferentă cursurilor

- Schein, Edgar H., *Organizational Culture and Leadership*, San Francisco, 2004.
- Stanciu, Șt., Ionescu. M.A., *Cultură și comportament organizațional*, Comunicare.ro, 2005.
- De Visscher Pierre, Neculau Adrian (coord.), *Dinamica grupurilor. Texte de bază*, Ed. Polirom, Iași, 2001.

Bibliografie obligatorie aferentă seminarelor

- Hudrea, Adrian, Studiul și analiza culturii organizaționale, *Revista Transilvană de Științe Administrative* 2(35)/2014.
- Bhagat, S., Steers, Richard M., *Cambridge handbook of culture, organizations and work*, edited by Rabi, New York: Cambridge University Press, 2009. Lucrarea se găsește în format pdf la Biblioteca SNSPA.
Capitolul 16. Cultural values and women's work and career experiences. Ronald J. Burke

Bibliografie recomandată aferentă seminarilor

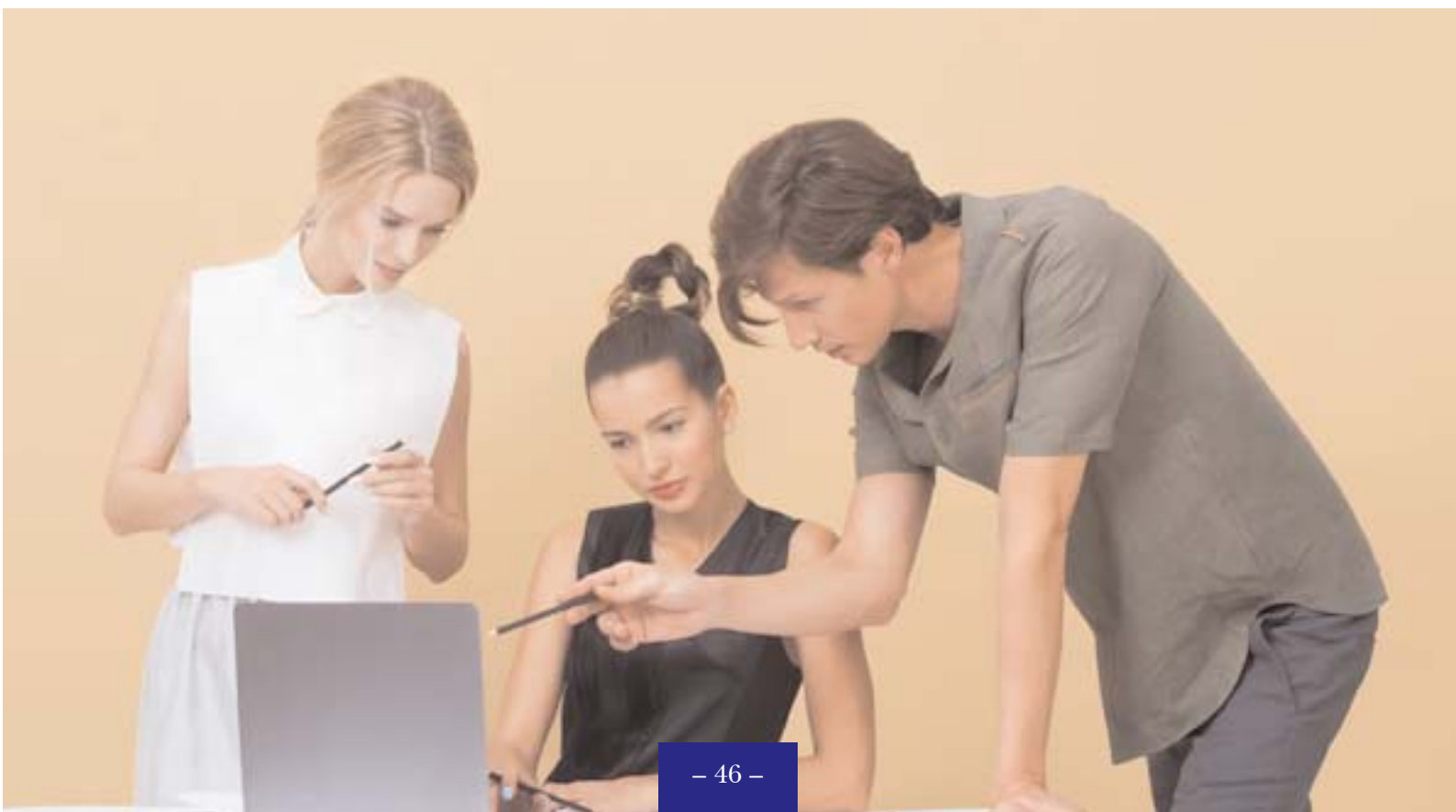
De Visscher Pierre, Neculau Adrian (coord.), *Dinamica grupurilor. Texte de bază*, Ed. Polirom, Iași, 2001.

2.4. Modalitatea de verificare

Forma de evaluare		Examen sumativ	
Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Examen		Itemi închisi (test grilă)	maxim 15%
		Itemi deschiși (mini eseu)	maxim 25%
Seminare	Participarea activă la seminarie față în față (SF) (două seminare a câte două ore)	Evaluare cantitativă și calitativă	maxim 15%
	Participarea activă la seminarie pe platforma online Webex (ST) (trei seminare a câte două ore)	Evaluare cantitativă și calitativă	maxim 25%
Lucrări		Implicare	maxim 20%

Standard minim de performanță: ca mai sus, dar cu punctaje înjumătățite.

Observație:
Cerințele de mai sus sunt obligatorii și pentru examenele de restanță și mărire de notă.



2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	16.10.2022 ora 10:00 sala 510			
	06.11.2022 ora 10:00 sala 510			
Seminare online (pe platforma Webex)	22.11.2022 ora 17:00		22.11.2022 ora 18:30	
	06.12.2022 ora 17:00		06.12.2022 ora 18:30	
	13.12.2022 ora 17:00		13.12.2022 ora 18:30	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	21.01.2023 Test grilă Webex	05.02.2023 Test grilă Webex	21.01.2023 Test grilă Webex	05.02.2023 Test grilă Webex



Coordonator de disciplină:	lector univ. dr. ing. Carmen NOVAC
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	7

3.1. Cadrul general al cursului

Cursul de față își propune să prezinte necesitatea gestionării, planificării, recrutării și selecției resurselor umane. Sunt prezentate corelațiile existente între planificare, gestionare și recrutarea angajaților având ca țintă finală selecția și integrarea acestora.

Necesitatea derularii proceselor amintite derivă din specificitatea etapei economice pe care o parcurge societatea românească în prezent. Prezent care necesită definirea unei noi realități organizaționale.

Studiile de caz sunt axate pe exemple concrete și au ca scop acomodarea celor care se specializează în Managementul Resurselor Umane cu varietatea de situații pe care o pot întâlni în diverse organizații.

Instrumentele necesare proceselor amintite, precum și metodele folosite sunt prezentate în curs, ele făcând obiectul unor eseuri specifice domeniilor de activitate analizate.

Obiectivele activităților de managementul personalului sunt prezentate detaliat corelate cu feed-back-ul necesar unor astfel de programe.

Metodele folosite în practica companiilor multinaționale și naționale sunt abordate atât teoretic cât și practic.

Bagajul de cunoștințe teoretice și practice acumulate vor permite celor care vor parcurge acest curs ocuparea unor poziții de specialiști în departamentul de Resurse Umane al companiilor românești, dar și multinaționale.

3.2. Structura cursului

Cursul 1. Noțiuni introductive. Impactul GDPR asupra managementului personalului

Cursul 2. Recrutarea și selecția

Cursul 3. Procesul de selecție

Cursul 4. Primirea și integrarea personalului nou angajat

Cursul 5. Costurile determinate de activitatea de selecție, încadrare și integrarea personalului

Cursul 6. Raport privind evaluarea candidaților pentru postul reprezentant vânzări

Cursul 7. Analiza postului – abordare procesuală

3.3. Bibliografie

- AGUILAR-MORALES J.E., „Procedimiento general para realizar el reclutamiento y selección de personal”, *Mexic Asociația de Psihologie Oaxaqueña A.C.*, 2007.
- ALBRECHT, MARZANN, H., *International HRM. Managing Diversity in the Workplace*. Londra, Ed. Blackweel Business, 2001.
- ARMOSTRONG, M., *Managementul resurselor umane – manual de practică*. București, Ed. Codecs. 2004.
- BILLSBERRY, JON, *Experiencing recruitment and selection*. United Kingdom, Ed. John Wiley & Sons, 2008.
- NOVAC, CARMEN, „Evoluții în domeniul managementului resurselor umane sub impactul globalizării”, *Revista română de comunicare și relații publice*, vol. 12, 2008.
- NOVAC, CARMEN, „Changements induits par la crise économique dans les fonction du management des ressources humaines en Roumanie”, *International Conference Globalization and Changing Patterns in the Public Sphere*, 2010.
- NOVAC, CARMEN, „Influences of the Financial Crisis on the Development of Strategic Human Resource Management Processes in Romania”, *Strategica. Strategic Thinking in a Changing World*, International Academic Conference, Bucharest, Romania, June 27-28, 2013.
- NOVAC, CARMEN. *Managementul personalului-Între necesitate și realitate*. București. Editura Tritonic. 2013.
- NOVAC, CARMEN. *Influența globalizării asupra managementului resurselor umane*. București. Editura Printech. 2011.
- PÂNIȘOARĂ, ION, PÂNIȘOARĂ, GEORGETA, *Managementul resurselor umane*, București, Ed. Polirom, 2016
- PITARIU HORIA D., *Proiectarea fișelor de post, evaluarea posturilor de muncă și a personalului*. București: Casa de Editură Irecson. 2003.
- PRICE, ALAN, *Human Resource Management in a Business Context*, 3rd Edition, London, Ed. Thomson Learning, 2007.
- VERBONCU, ION, *Management. Eficiență, eficacitate, performanță*, București, Ed. Universitară, 2018.
- ***, „Consilier – Managementul resurselor umane”, Editura Rentrop & Straton, 2017.

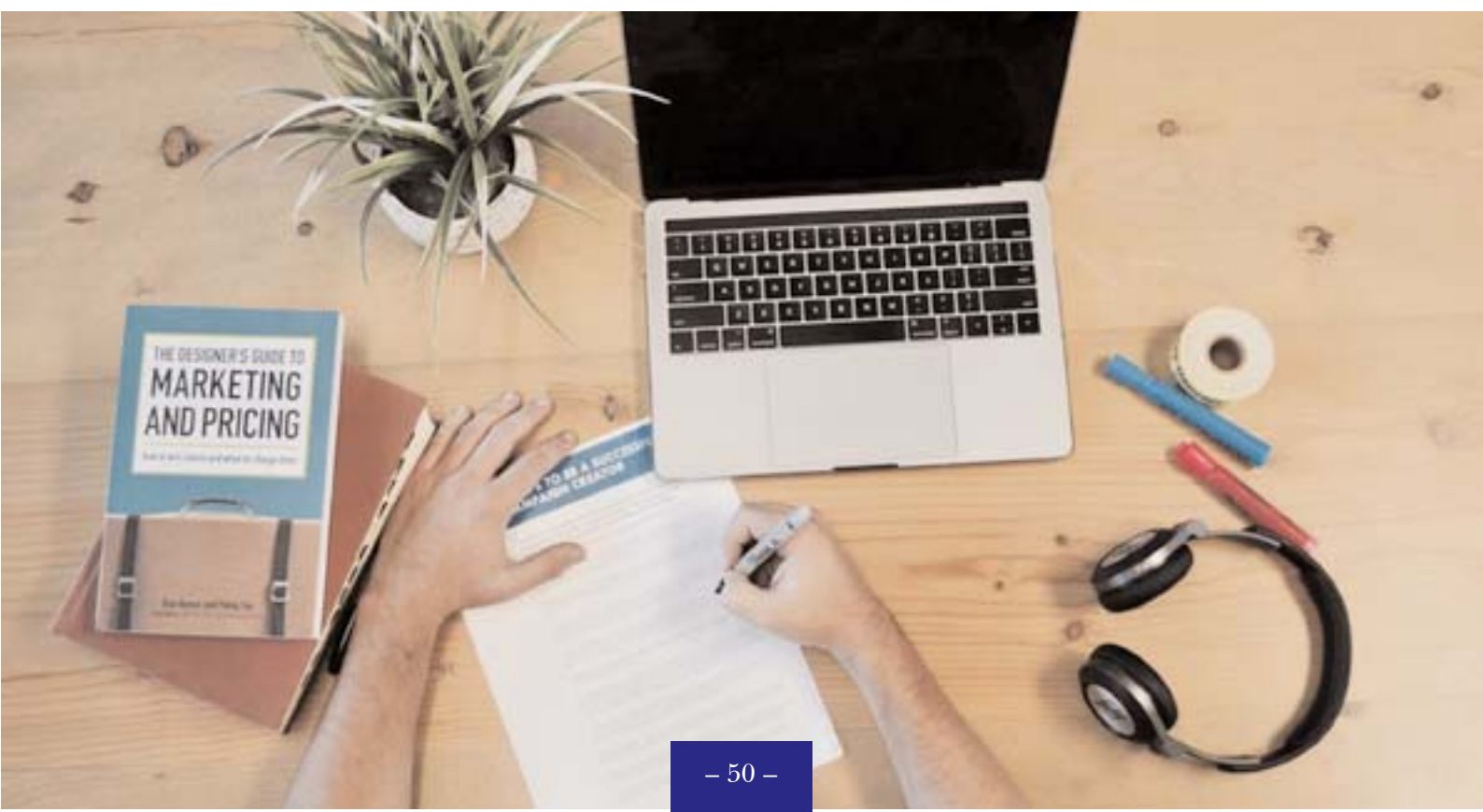
3.4. Modalitatea de verificare

- Evaluare prin Proiect realizat în echipe de maxim 5 masteranzi (70% din notă) + referat individual (30%)
- Prezență la tutoriate minim 50%.



3.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	29.10.2022 ora 10:00 sala 510			
	12.11.2022 ora 10:00 sala 317			
Seminare online (pe platforma Zoom)	24.10.2022 ora 17:30		24.10.2022 ora 19:00	
	07.11.2022 ora 17:30		07.11.2022 ora 19:00	
	14.11.2022 ora 17:30		14.11.2022 ora 19:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	04.02.2023 Proiect	12.02.2023 Proiect	04.02.2023 Proiect	12.02.2023 Proiect



Coordonator de disciplină:	lector univ. dr. Camelia CRIȘAN
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	7

4.1. Cadrul general al cursului

Cursul are drept scop furnizarea unui set de cunoștințe și abilități prin care masteranzii pot ajunge la înțelegerea proceselor de recrutare și selecție într-un context organizațional. Masteranzii vor putea aplica cunoștințele dobândite în cadrul companiilor unde lucrează, abordarea fiind una pragmatică și sistematică. Metodele de învățare și formare folosite îi vor ajuta pe masteranzi să-și dezvolte acele abilități în baza cărora să poată realiza cu succes procesul de angajare în companie.

La finalul acestui curs, fiecare dintre masteranzi va fi în măsură să utilizeze un cadru conceptual de referință, va dispune de abilitățile necesare pentru elaborarea unor programe de recrutare și selecție. Totodată, masteranzii vor avea posibilitatea de a-și însuși acele cunoștințe necesare analizei diferitelor tipuri de posturi și persoane pentru determinarea candidatului optim pentru un anumit post.

4.2. Structura cursului

- Unitatea 1. Introducere. Recrutarea și selecția
- Unitatea 2. Testele psihometrice și folosirea lor în selecția de personal
- Unitatea 3. Validitatea și fidelitatea testelor psihometrice
- Unitatea 4. Interpretarea testelor psihometrice
- Unitatea 5. Psihometria și procesul de recrutare în practică
- Unitatea 6. Centrele de evaluare (Assessment centers)
- Unitatea 7. Interviu de selecție

4.3. Bibliografie

- Bagheri Rad, M., Valmohammadi, C., & Shayan, A. (2020). *An empirical investigation of the factors affecting the use of social networks in human resources recruitment*. International Journal of Public Administration, 43(6), 517-526. <https://doi.org/10.1080/01900692.2019.1636396>
- Cook, M. 2009. *Personnel Selection – Adding Value Through People*, 5th ed. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Edenborough, R. (2005). *Assessment Methods in Recruiting, Selection and Performance*. London: Kogan Page.
- Evenden, R. și G. Anderson. (1992). *Making the Most of People*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gardner, W. L., Reithel, B. J., Coglisier, C. C., Walumbwa, F. O., & Foley, R. T. (2012). Matching personality and organizational culture: Effects of recruitment strategy and the Five-

Factor Model on subjective person–organization fit. *Management Communication Quarterly*, 26(4), 585-622.

Mullins, L.J. (1996). *Management and Organisational Behaviour*. 4th Edition. London: Pitman Publishing.

Siddarth, C., & Ravimohan, R. (2020), *Factors influencing online recruitment*, *Malaya Journal of Matematik*, Vol. 5, No. 2, 3293-3294, <https://doi.org/10.26637/MJM0520/085>

Tews, J. M., Stafford, K., & Zhu, J. (2009). Beauty Revisited: The impact of attractiveness, ability, and personality in the assessment of employment suitability. *International Journal of Selection and Assessment*, 92-100.

Wood, R. și T. Payner. (1998). *Competency-Based Recruitment & Selection: A Practical Guide*. Wiley Series in Strategic HRM.

4.4. Modalitatea de verificare

Nota finală va fi obținută pe baza a 3 teme rezolvate de masteranzi, în echipe de câte 5 persoane, pe parcursul semestrului, fiecare temă rezolvată corect având valoarea de 3 puncte. Indiferent de implicarea individuală a membrilor echipei în realizarea temelor, toți membrii echipei vor avea aceeași notă.

4.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	30.10.2022 ora 10:00 sala 510			
	13.11.2022 ora 10:00 sala 510			
Seminare online (pe platforma Webex)	17.11.2022 ora 18:30		17.11.2022 ora 20:00	
	24.11.2022 ora 18:30		24.11.2022 ora 20:00	
	08.12.2022 ora 18:30		08.12.2022 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	22.01.2023 Trimite referat	11.02.2023 Trimite referat	22.01.2023 Trimite referat	11.02.2023 Trimite referat



Anul II

Semestrul I

DISCIPLINE

- 1. Drept și legislația muncii**
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat asist. univ. dr. Dragoș BREZEANU
- 2. HR Metrics**
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat
lector univ. dr. Lavinia ȚÂNCULESCU-POPA
- 3. Managementul talentului în organizații**
Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Cătălina CICEI
- 4. Ocuparea forței de muncă**
Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Valeriu FRUNZARU
- 5. Design thinking**
Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Camelia CRIȘAN

Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat asist. univ. dr. Dragoș BREZEANU
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	6

1.1. Cadrul general al cursului

Având în vedere specificul economiei de piață, creșterea și dinamica numărului agenților economici privați, complexitatea și multitudinea activităților comerciale, a implicațiilor acestora asupra relațiilor sociale de muncă, în colectivitatea de salariați, funcționari și funcționari publici, urmărim să pregătim cursanții, viitori manageri în domeniul public sau privat, ori funcționari publici sau alte tipuri de funcționari, cu principalele probleme de drept ce pot apărea în domeniul muncii, soluții posibile ale acestora și în mod deosebit în comunicarea managerului în interiorul și exteriorul sistemului ce-l conduce, în domeniul resurselor umane pentru a asigura o eficiență sporită a activității acestora în condiții de respectare a legii.

În exercitarea atribuțiilor de serviciu, managerii, angajatorii și salariații trebuie să cunoască, să respecte și să aplice în condiții de maximă eficiență Codul muncii republicat, legile specifice conexe în materie și să acționeze cu riscuri minime în soluționarea problemelor legate de: respectarea principiilor dreptului muncii, a principiilor negocierii, a contractului colectiv de muncă, a contractului individual de muncă, răspunderea angajatorului și a angajatului specifică dreptului muncii, sănătatea și securitatea în muncă, inspecția muncii, timpul de muncă, de odihnă, salarizarea, dialogul social și jurisdicția muncii.

Înșușirea și folosirea unor principii de drept privind dialogul social între autorități, sindicate, salariați, patronat, managerii în soluționarea conflictelor de muncă sub aspectul conflictelor individuale precum și conflictelor colective de muncă etc.

Obiective specifice ale cursului:

Cursul își propune însușirea de către masteranzi a noțiunilor de bază în domeniul dreptului și a legislației muncii în scopul aplicării corecte a Codul Muncii republicat precum și a întregii legislații aplicabile relațiilor individuale de muncă, a celor colective de muncă, analizarea corectă dar și critică a jurisprudenței instanțelor specializate în soluționarea conflictelor de muncă, a practicii Curții Constituționale precum și a Inaltei Curți de Casație și Justiție și găsirea unor soluții practice pentru specialistii în resurse umane, practicienii ai dreptului muncii și a relațiilor industriale orientate în următoarele direcții:

- cunoașterea clauzelor contractului individual de muncă, efectele juridice ale acestora, modalității de consemnare și limitele lor;
- asigurarea și garantarea respectării clauzelor din contractul individual de muncă;
- cunoașterea obligației de informare înainte și în timpul derulării contractului individual de muncă și a sancțiunii nerespectării acesteia;

- limitele executării contractului individual de muncă, conflicte specifice și soluții controversate din practica judiciară;
- cazurile de modificare și suspendare a contractului individual de muncă;
- cunoașterea instituției concedierii și modalităților de sancționare a concedierilor nelegale;
- cunoașterea de aspecte actuale ale timpului de muncă, timpului de odihnă și ale salarizării;
- mijloace, metode de dialog social, în prevenirea și soluționarea conflictelor de muncă;
- cunoașterea problemelor ce apar ca urmare a nereglementării Contractului colectiv de muncă unic la nivel național;
- cunoașterea problemelor actuale specifice jurisdicției muncii.

1.2. Structura cursului

- I. Dreptul muncii ca ramură de drept. Noțiuni generale
- II. Contractul individual de muncă
- III. Timpul de muncă și timpul de odihnă
- IV. Salarizarea
- V. Sănătatea și securitatea în muncă
- VI. Răspunderea juridică
- VII. Dialogul social
- VIII. Conflictele de muncă
- IX. Jurisdicția muncii
- X. Dreptul securității sociale

1.3. Bibliografie

- Alexandru Athanasiu, Ana-Maria Vlăsceanu, *Dreptul muncii, Note de curs*, Editura C. H. Beck, București, 2017;
- Luminița Dima, *Dreptul Muncii*, Editura C. H. Beck, București, 2017;
- Ion Traian Ștefănescu, *Tratat teoretic și practic de drept al muncii – ediția a IV –a revăzută și adăugită*, Editura Universul Juridic, București, 2017;
- Brîndușa Vartolomei, *Dreptul Muncii. Curs Universitar*, Editura Universul Juridic, București, 2016;
- Alexandru Ticlea, *Tratat de dreptul muncii*, Editura Universul Juridic, Ediția a X a, București, 2016;
- Raluca Dimitriu, *Dreptul Muncii. Anxietăți ale prezentului*, Editura Rentrop & Straton, București, 2016;
- Ion Traian Ștefănescu (coordonator), *Dicționar de dreptul muncii*, Editura Universul Juridic, București, 2014;
- Dragoș Brezeanu, *Regimul juridic al nulității în raporturile de muncă*, C. H. Beck, București, 2017;
- Mihaela-Emilia Marica, *Contracte de muncă atipice*, Editura Universul Juridic, București, 2019;
- Răzvan Anghel (coordonator), *Sănătatea și securitatea în muncă – Abordarea multidisciplinară*, C. H. Beck, București, 2019;

Valerică Dabu, Etica și dreptul comunicării, Editura comunicare.ro, C.D. București, 2012;
Valerică Dabu, Răspunderea juridică a funcționarului public, Ed. Global Lex, București, 2000;
Valerică Dabu, Drept constituțional al instituției politice, Ed. S.N.S.P.A., București, 2001;
Valerică Dabu, Dreptul comunicării sociale, Editura comunicare.ro, București, 2001;
Verginia Vedinas, Codul administrativ adnotat, Ediția a III-a, Editura Universul Juridic, București, 2021;
Legea Pensiilor comentată și adnotată, Ion Rebeca, Editura Hamangiu, București, 2019;
Alexandru Athanasiu, Magda Volonciu, Luminița Dima, Oana Cazan, Codul muncii. Comentariu pe articole, Volumul I, Articolele 1 – 107, Editura C. H. Beck, București, 2007;
Alexandru Athanasiu, Magda Volonciu, Luminița Dima, Oana Cazan, Codul muncii Comentariu pe articole, Volumul II, Articolele 108 – 298, Editura C. H. Beck, București, 2011;
Alexandru Athanasiu, Codul muncii. Comentariu pe articole, Actualizare la vol. I – II, C. H. Beck, București, 2012;
Ion Traian Ștefănescu (coordonator), Codul Muncii și Legea dialogului social. Comentarii și explicații, Editura Universul Juridic, București, 2017;
Codul Muncii, ediție îngrijită și adnotată de av. dr. Dragoș Brezeanu, Editura Moroșan, 2021;
Oana Cristina Niemesch, Discriminarea în raporturile de muncă. Practică judiciară. Norme procedurale, Editura Universul Juridic, București, 2020;
Dragoș Călin, Mobbingul. Hărțuirea la locul de muncă. Culegere de jurisprudență, Editura Universitară, București, 2019;
Dragoș Brezeanu, Curierul Judiciar Nr. 1/2020, Revista de actualitate juridică;
Dragoș Brezeanu, Concedierea pentru necorespondere profesională efectuată cu respectarea condițiilor de fond și de formă ale deciziei de concediere, Editura C. H. Beck, București, 2020;
Ion Traian Ștefănescu (coordonator), Regulamentul Intern. Îndrumar pentru angajatori și angajați, Editura Hamangiu, București, 2018;
Răzvan Vasiliu, Andreea Miclea, Cercetarea disciplinară. Aspecte practice și teoretice, Editura Rosetti, București, 2021;
Claudia Ana Moarcaș, Dreptul securității sociale. Caiet de seminar, Editura Solomon București, 2019.

Legislație

Codul muncii republicat – Legea nr. 53/2003 cu modificările și completările ulterioare)
Legea Nr. 147/2012; Legea Nr. 76/2012; Legea Nr. 187/2012 Legea Nr. 2/2013; Legea Nr. 255/2013; Legea Nr. 77/2014; Legea Nr. 12/2015; Legea Nr. 97/2015; Legea Nr. 57/2016; Legea Nr. 176/2016; Legea Nr. 220/2016; OUG NR. 1/2017; OUG 53/2017; Legea Nr. 64/2018; Legea Nr. 88/2018; Legea Nr. 127/2018; OUG Nr. 96/2018; OUG Nr. 26/2018, Legea Nr. 93/2019; Legea Nr. 153/2019; OUG Nr. 68/2019, Legea Nr. 37/2020, Legea Nr. 85/2020, Legea Nr. 151/2020, Legea Nr. 213/2020, Legea Nr. 298/2020, OUG Nr. 36/2021, OUG Nr. 37/2021; Legea Nr. 138/2021

Constituția României

Legea Nr. 62/2011 a dialogului social republicată cu modificările ulterioare

Legea Nr. 176//2018 privind internshipul

Ordin Ministrului Muncii și Solidarității Sociale Nr. 64/2003 actualizat pentru aprobarea modelului-cadru al contractului individual de muncă, actualizat și modificat;

Legea Nr. 81/2018 privind reglementarea activității de telemuncă – modificată prin O.U.G. Nr. 192/2020;

Legea Nr. 202/2002 privind egalitatea de șanse între femei și bărbați (extras) modificată prin Legea Nr. 167/2020;

O.G. Nr. 137/2000 (extras) privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare modificata prin Legea Nr. 167/2020;

Legea Nr. 448/2006 privind protecția și promovarea drepturilor persoanelor cu handicap, republicată (extras);

HG Nr. 905/2017 privind registrul general de evidență a salariaților (extras);

O.U.G. Nr. 96/2003 privind protecția maternității la locurile de muncă (extras);

HG Nr. 935/2019 pentru stabilirea salariului de bază minim brut pe țară garantat în plată;

Legea Nr. 67/2006 privind protecția drepturilor salariaților în cazul transferului în-terepinderii, al unității sau al unor părți ale acestora;

Legea Nr. 52 din 15 aprilie 2011 privind exercitarea unor activități cu caracter ocazional desfășurate de zilieri;

LEGEA Nr. 279/2005 din 5 octombrie 2005 republicată privind ucenicia la locul de muncă;

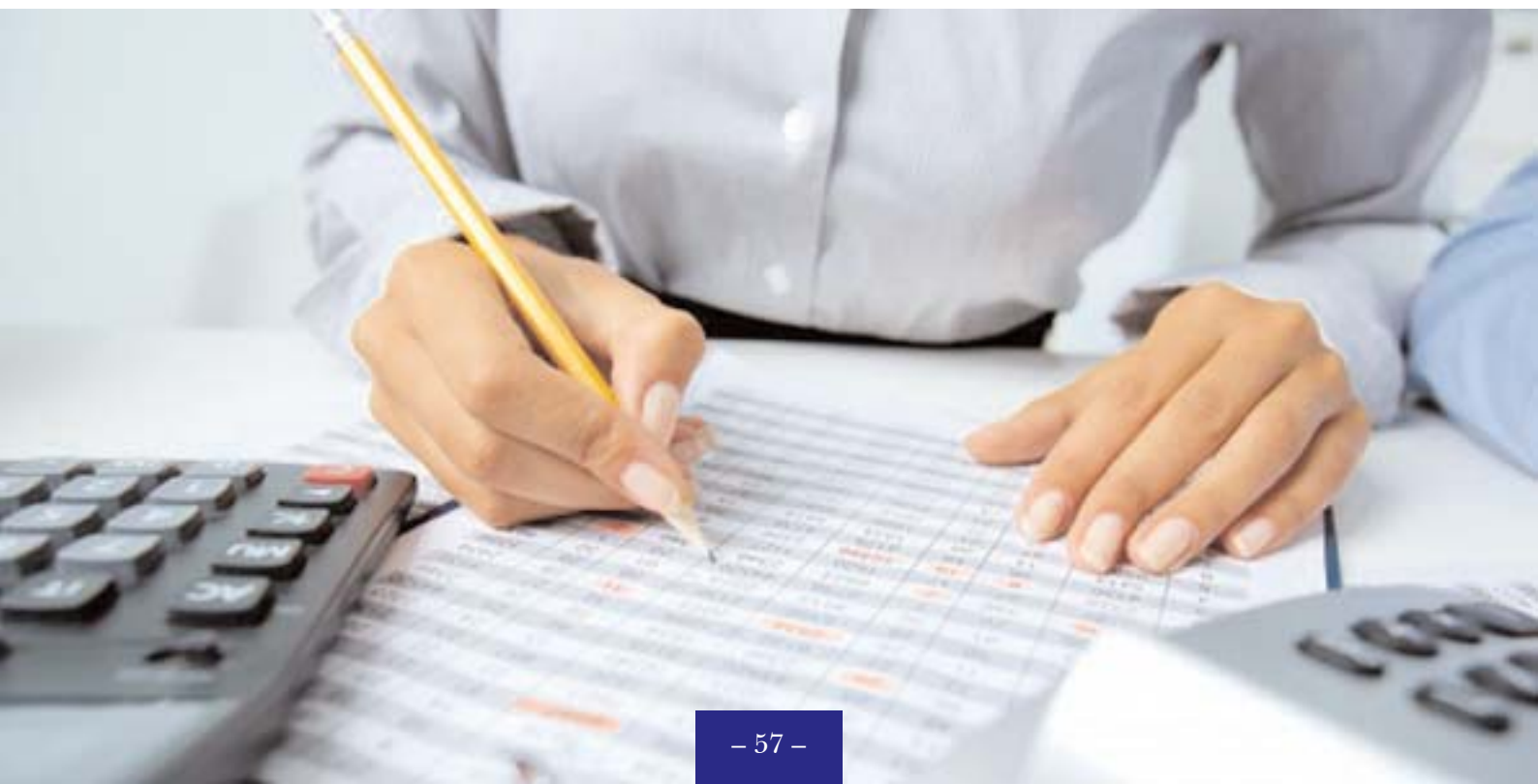
LEGEA NR. 19/2020 privind acordarea unor zile libere părinților pentru supravegherea copiilor, în situația închiderii temporare a unităților de învățământ;

HG. Nr. 217/2020 pentru aplicarea prevederilor Legii nr. 19/2020 privind acordarea unor zile libere părinților pentru supravegherea copiilor, în situația închiderii temporare a unităților de învățământ.

1.4. Modalitatea de verificare

Examinarea finală de curs constă în:

- Realizarea unui referat cu temă la alegere, referat care trebuie să aibă cel puțin 15 pagini și maxim 20 de pagini, să fie întocmit pe baza unei bibliografii suficiente, cu contribuții personale; referatul va fi trimis pe adresa de e-mail a titularului de curs: dragos.brezeanu@icloud.com
- Examen pe bază de test grilă.



1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	22.10.2022 ora 10:00 sala 317			
	29.10.2022 ora 10:00 sala 509			
Seminare online (pe platforma Webex)	14.10.2022 ora 17:00		14.10.2022 ora 18:30	
	01.11.2022 ora 17:00		01.11.2022 ora 18:30	
	08.11.2022 ora 17:00		08.11.2022 ora 18:30	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	21.01.2023 Trimite referat	05.02.2023 Trimite referat	21.01.2023 Trimite referat	05.02.2023 Trimite referat



Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat lector univ. dr. Lavinia ȚÂNCULESCU-POPA
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	7

2.1. Cadrul general al cursului

Cursul este o introducere în evaluarea impactului material (de ex. monetar) a fenomenelor organizaționale și țintește doar la familiarizarea studentului cu domeniul. Cursul își propune descrierea principalelor categorii de indicatori de performanță corelați cu acțiuni din partea capitalului uman, ce pot fi cuantificați și transpuși în măsuri monetare, precum și tipurile de intervenție posibile pentru eficientizarea acestor indicatori de performanță, respectiv a performanței organizaționale, generate de oameni, în ansamblu.

Sunt descrise în detaliu patru categorii de indicatori de performanță și impactul acestora asupra diverselor arii operaționale dintr-o organizație, respectiv: 1) Indicatori aflați în directă relație cu organizația și operațiunile din cadrul organizației; 2) Indicatori care se referă la funcțiunea de resurse umane și la angajații din cadrul acestei arii; 3) Indicatori ce descriu practicile legate de compensații și beneficii în cadrul organizației și 4) Indicatori aflați în relație cu practicile legate de atragere, angajare, retenție și separare a forței de muncă.

În mod intenționat cursul este gândit a fi desfășurat în sistem modular, tocmai pentru a putea permite desfășurarea compactă (în aceeași sesiune) unor simulări ce țin de identificarea, calculul, îmbunătățirea și implementarea întreg demersului diagnostic în organizație.

Obiectivele cursului

În urma parcurgerii acestui curs, un student trebuie să poată opera cu teoriile, conceptele și modelele relevante ale domeniului măsurării prin intermediul indicatorilor a performanței organizației; să poată înțelege și recunoaște în practică și literatură tipurile de indicatori de performanță corelați cu capitalul uman; să poată folosi în mod critic cunoștințele însușite; să poată identifica cei mai optimi indicatori de performanță pentru realizarea măsurării eficienței organizaționale în funcție de tipul de organizație și de procesele și activitățile specifice vizate în măsurare; să poată calcula, pe baza unor formule învățate, valoarea anumitor indicatori de performanță ai capitalului uman; să poată identifica zonele optime de implementare a schimbărilor în vedere îmbunătățirii performanței organizaționale; să poată formula soluții de implementare care sunt atât realiste cât și cost-eficiente în raport cu realitatea organizațională evaluată.

2.2. Structura cursului

1. Introducere în conceptul de evaluare monetară a performanței organizaționale
2. Indicatori de performanță corelați cu capitalul uman
3. Măsurarea performanței organizației și operațiunilor în raport cu capitalul uman
4. Indicatori ce țin de funcțiunea de resurse umane
5. Indicatori ce descriu practicile legate de compensații și beneficii
6. Indicatori ce descriu atragerea, angajarea, retenția și separarea forței de muncă
7. Tipuri de intervenții organizaționale în vederea îmbunătățirii performanței generate de capitalul uman

2.3. Bibliografie

- Cascio, Wayne; Boudreau, John (2008) *Investing in People: Financial Impact of Human Resource Initiatives*, Pearson Education.
- Elkeles, Tamar; Phillips, Patti; Phillips, Jack (2015) ROI calculations for Technology-Based Learning. *Talent Development*, pp. 42-47.
- Fitz-enz, Jac (2009) *The ROI of Human Capital: Measuring the Economic Value of Employee Performance (2nd Edition)*, Amacom, NY.
- Fitz-enz, Jac, Barbara Davison (2002) *How to Measure Human Resource Management (3rd Edition)* – McGraw Hill, NY
- Harrison, Michael; Shirom, Arie (1999) *Organizational Diagnosis and Assessment: Bridging Theory and Practice (1st Edition)*, Sage Publications
- Lockwood, Nancy (2010) Measuring ROI for diversity management – Case histories from a report from the Society of Human Resource Management (SHRM). *The Diversity Factor*, 18 (3), 3rd chapter.

2.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea pe parcurs are o pondere de 30% din nota finală și se bazează pe o lucrare științifică (LUCRAREA 1).

Lucrarea științifică (LUCRAREA 1) va fi realizată de fiecare student pe o temă "personalizată" – fiecare student va alege o temă dintr-o listă de teme propuse aflate în corelație cu tematica abordată la curs. Lucrarea va trebui predată până la data susținerii examenului, prin email.

Temele pe care poate fi elaborată LUCRAREA 1 sunt date mai jos:

- Absenteismul – antecedente, efecte și calculul acestui indicator.
- Diferențe între intenția de plecare și fluctuația de personal – implicații monetare.
- Productivitatea angajaților – măsuri de prevenire a diminuării și sugestii de creștere a acestui indicator.
- Eficiența capitalului uman aflată în legătură cu indicatorii legați de învățare și dezvoltare – implicații pentru organizații.
- Implicații organizaționale (cel puțin monetare) privitoare la dimensiunea numărului de subordonați direct (span of control).
- Rentabilitatea angajaților – măsurare și implicații organizaționale.

- Măsurări recente în organizații (măsurarea diversității, a învățării prin platforme electronice etc.).

Lucrarea științifică (LUCRAREA 1) va trebui să respecte standardele unei lucrări științifice teoretice (fără cercetare empirică), adică să ofere o parte de documentare a conceptelor și apoi o luare de poziție personală pro sau contra opiniei exprimate în titlu. Este critică descrierea mecanismului prin care fenomenul se produce. Este încurajată reprezentarea vizuală a mecanismului și documentarea lui în toți pașii. Este încurajată dezvoltarea și prezentarea unui design de cercetare empirică, care ar putea testa riguros ipoteza astfel avansată.

Se evaluează, de asemenea, calitatea documentării, calitatea argumentării, relevanța propunerilor și forma de redactare. Este obligatorie aderența la stilul de redactare APA și utilizarea diacriticilor. Lucrările cu vicii de formă sunt respinse automat (așadar se impune formatarea în stil APA și editarea cu diacritice!).

Lucrarea se punctează în termeni de documentare, putere a argumentului și formă de redactare. Lucrarea va avea între 5 – 7 pagini (aproximativ 2000 caractere, cu spații /pagină = 10000 – 14000 caractere) și un apart critic format din cel puțin 5 surse bibliografice pe subiectul temei (dintre care minimum 3 articole din jurnale științifice, cu data de apariție după anul 2000). Aceste articole pot fi identificate accesând baze de date precum PsyInfo; ebsco; J-STOR.

Lucrarea va fi verificată anti-plagiat și, în caz de identificare a unui procent mai scăzut de 70% originalitate (respectiv 30% plagiat), întregul examen va fi notat cu 1. Nu se consideră plagiat pasajele semnalizate ca citat și pentru care este precizată sursa. Este obligatorie includerea aparatului critic (bibliografiei utilizate).

Lucrările vor fi salvate în format .doc sau .docx, vor avea ca denumire numele și prenumele studentului și referința L1. (Exemplu: Popescu_Ioana_L1), Lucrările vor fi trimise către responsabilul de an, care va preda, prin email, o arhivă de tip .zip, către profesor, arhivă ce va conține toate lucrările primite de la colegi, până în ultima vineri dinaintea datei susținerii examenului. Arhiva se va primi până în respectiva vineri, ora 19:00.

Răspunsurile la examen (evaluarea finală, on-line, scrisă) – 60%

Evaluarea finală se va baza pe un examen scris, care va dura 2 ore (10 minute introducerea în examen și instrucțiunile și 110 minute – timpul efectiv de lucru) și va consta din analiza unui studiu de caz transmis on-line. Studiul de caz prezintă situația reală a unei companii, în cazul căreia s-au calculat mai mulți indicatori de performanță pentru care studenții vor primi rezultatele.

Sarcina de lucru va fi ca fiecare dintre studenți să calculeze o serie de indicatori pentru care vor fi primit mod de calcul și manieră de interpretare corelată în timpul cursului.

De asemenea, studenților li se va cere să prezinte punctul personal de vedere cu privire la situația curentă a companiei unde a fost derulată măsurarea, posibile explicații pentru situația curentă și aspecte de natură predictivă cu privire la modul în care situația curentă s-ar putea îmbunătăți odată adoptate o serie de soluții, care vor fi, de asemenea, prezentate de studenți, în cadrul răspunsului lor.

Condiții de participare la examenul final: depunerea Lucrării 1 din cadrul evaluării parțiale în termenul comunicat.

Materiale necesare pentru participarea la examenul final, on-line: calculator de birou, lupă (dacă capacitatea vizuală a studentului nu este foarte bună – sunt multe cifre și mulți indicatori prezentați în foaia de examen), markere cu diverse culori (ideal, stop lights).

Criterii de evaluare. Să cunoască diversele abordări, paradigme și teorii relevante în tratarea oricărei teme a disciplinei. Să poată calcula, analiza, compara și interpreta diferenții indicatori de măsurare a performanței capitalului uman pe care disciplina i-a prezentat. Să opereze cu instrumentele și metodele de analiză specifice măsurării performanței capitalului uman din cadrul organizației, astfel încât să poată formula un set de măsuri realiste și cost-eficiente ce pot fi implementate în organizație pentru îmbunătățirea situației actuale a acesteia. Să operaționalizeze cadrul teoretic prezentat și discutat la curs și la lucrările practice de seminar.

Se acordă, pe lângă 30% (Lucrarea L1) și 60% (evaluarea finală, on-line, scrisă) și un punct din oficiu.

2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	03.12.2022 ora 10:00 sala 317			
	17.12.2022 ora 10:00 sala 317			
Seminare online (pe platforma Zoom)	25.11.2022 ora 18:30		25.11.2022 ora 20:00	
	02.12.2022 ora 18:30		02.12.2022 ora 20:00	
	09.12.2022 ora 18:30		09.12.2022 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	29.01.2023 Examen scris online + proiect	10.02.2023 Examen scris online + proiect	29.01.2023 Examen scris online + proiect	10.02.2023 Examen scris online + proiect

Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Cătălina CICEI

Statut: obligatorie

Număr de credite: 6

3.1. Cadrul general al cursului

Managementul talentului (*Talent Management*), ca proces integrat, care se referă la activități de identificare și dezvoltarea angajaților cu potențial înalt sau competențe critice, presupune, pentru organizații, o armonizare a eforturilor tactice de resurse umane. Cursul de față pornește de la conceptualizarea și evaluarea riguroasă a talentului. Punctul central îl constituie constructul de “competență”, tratat la nivel de măsurare comportamentală și psihologică, iar apoi analizat în cadrul diferitelor procese de resurse umane, precum selecția, dezvoltarea, planificarea succesiunii și dezvoltarea carierei.

Obiectivele cursului

Cursul își propune atât furnizarea unui cadru theoretic și conceptual solid privind managementul talentului, dar, mai ales, dezvoltarea deprinderii de ”gândire critică”, evident aplicată în context profesional. Utilizarea gândirii profesionale critice este, de altfel, obiectivul principal al cursului, având scopul de a forma studenții ca viitori practicieni care operează pe bază de dovezi științifice (*evidence-based practitioner*).

3.2. Structura cursului

Partea I. Managementul Talentului: o perspectivă integrată

Capitolul 1. Introducere în managementul talentului

Partea II. Modele de performanță

Capitolul 2. Modele de performanță

Capitolul 3. Aptitudinile

Capitolul 4. Competențele

Partea III. Metode în evaluarea comportamentală

Capitolul 5. Principii ale măsurării în științele comportamentale: fidelitate și validitate

Capitolul 6. Interviu comportamental

Capitolul 7. Observația comportamentală și centrele de evaluare

Capitolul 8. Evaluarea multi-evaluator (360)

Partea IV. Integrarea evaluării psihologice cu principiile comportamentale

Capitolul 9. Evaluarea personalității

Capitolul 10. Evaluarea aptitudinilor cognitive

Partea V. Procese în managementul talentelor

Capitolul 11. Selecția talentului

Capitolul 12. Dezvoltarea talentului

Capitolul 13. Dezvoltarea carierei

- American Educational Research Association [AERA], American Psychological Association [APA], & National Council on Measurement in Education [NCME] (2014). *Standards for Educational and Psychological Testing*. Washington, DC: AERA. (Chapter 2, pp. 33-48).
- American Educational Research Association [AERA], American Psychological Association [APA], & National Council on Measurement in Education [NCME] (2014). *Standards for Educational and Psychological Testing*. Washington, DC: AERA. (Chapter 1, pp. 11-32).
- Barrick, M. R., Mount, M. K., & Judge, T. A. (2001). Personality and performance at the beginning of the new millenium: What do we know and where do we go next? *Personality and Performance*, 9, 9-30.
- Bartram, D. (2005). The Great Eight Competencies: A Criterion-Centric Approach to Validation. *Journal of Applied Psychology*, 90, 1185-1203.
- Blass, E. (2009). Defining Talent. In E. Blass (Ed.). *Talent Management: Cases and Commentary* (pp. 24-36). London: Palgrave Macmillan.
- Blass, E. (2009). Introduction. In E. Blass (Ed.). *Talent Management: Cases and Commentary* (pp. 1-7). London: Palgrave Macmillan.
- Bracken, D. W., Timmreck, C. W., & Church, A. H. (2001). *Handbook of Multisource Feedback*. San Francisco: Jossey-Bass. (Chapter 1, Introduction: A multisource feedback process model, pp. 3-14).
- Brown, P., & Hesketh, A. (2014). *The Mismanagement of Talent*. Oxford: Oxford University Press. (Chapter 4: The War for Talent, pp. 65-90).
- Fleishman, E. A. (1975). *Towards a taxonomy of human performance*. *American Psychologist*, December, 1127-1149.
- Harris, M. M., & Schaubroeck, J. (1988). A Meta-Analysis of Self-Supervisor, Self-Peer and Peer-Supervisor ratings. *Personnel Psychology*, 41, 43-62.
- International Task Force on Assessment Center Guidelines. (2009). Guidelines and Ethical Considerations for Assessment Center Operations. *International Journal of Selection and Assessment*, 17, 243-253.
- Kinley, N., & Ben-Hur, S. (2013). Talent intelligence: *What you need to know to identify and measure talent*. San Francisco: Jossey-Bass. (Chapter 8, Sourcing the expertise you need, pp. 173-196).
- Levashina, J., Hartwell, C. J., Morgeson, F. P., & Campion, M. A. (2013). The structured employment interview: Narrative and quantitative review of the research literature. *Personnel Psychology*, 67, 241-293.
- McClelland, D. (1973). Testing for Competence Rather than for Intelligence. *American Psychologist*, February, 1-14.
- Ones, D. S., Viswesvaran, C., Dilchert, S. (2005). Personality at Work: Raising Awareness and Correcting Misconceptions. *Human Performance*, 18, 389-404.
- Phillips, J. J., & Edwards, L. A. (2011). Developing your workforce: Measurement makes a difference. In L. A. Berger. & D. R., Berger. (Eds.). *The talent management handbook* (Second Edition) (pp. 194-204). New York: McGraw Hill.
- Ree, M. J., & Carretta, T. R. (2002). g2K. *Human Performance*, 15, 3-23.
- Rothwell, W. J. (2010). *Effective succession planning*. New York: AMACOM. (Chapter 12, Integrating recruitment and succession, pp. 287-297).

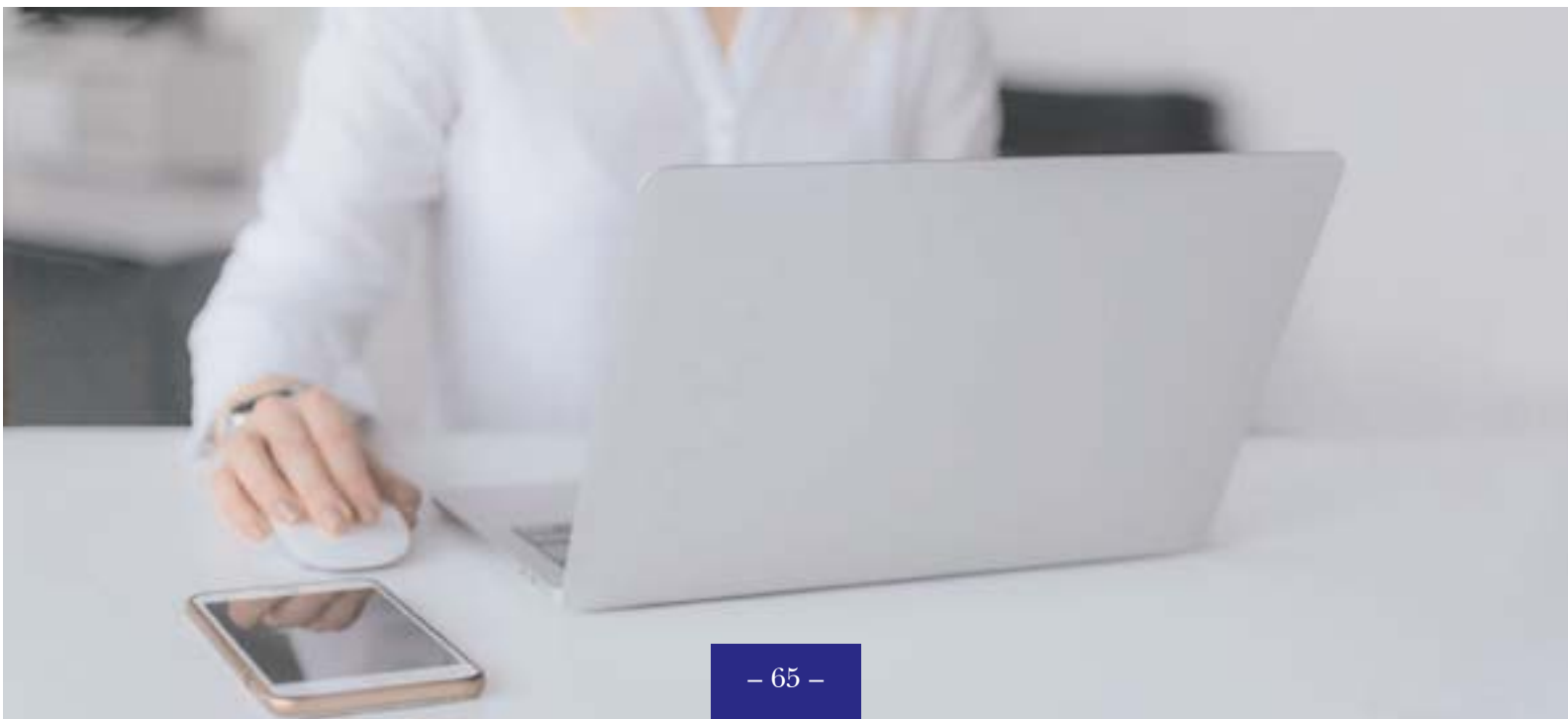
- Rothwell, W. J. (2010). *Effective succession planning*. New York: AMACOM. (Chapter 1, What is succession planning and management, pp. 3-41).
- Salgado, J. F. & Moscoso, S. (2010). Comprehensive meta-analysis of the construct validity of the employment interview. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 11, 299-324.
- Sanghi, S. (2007). *The Handbook of Competency Mapping: Understanding, Designing, and Implementing Competency Models in Organizations* (Second Edition). New Delhi: Sage. (Chapter 8: Generic Competency Dictionary, pp. 153-163).
- Schmidt, F. L. & Hunter, J. E. (1998). The Validity and Utility of Selection Measures in Personnel Psychology: Practical and Theoretical Implications of 85 Years of Research Findings. *Psychological Bulletin*, 124, 262-274.
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at Work: Models for Superior Performance*. New York: Wiley. (Chapter 1: Introduction, pp. 1-15).
- Sternberg, R. J., & Kaufman, J. C. (1998). Human Abilities. *Annual Review of Psychology*, 49, 479-502.
- Tett, R. P., Jackson, D. N., Rothstein, M., & Reddon, J. R. (1999). Meta-Analysis of Bidirectional Relation in Personality-Job Performance Research. *Human Performance*, 12, 1-29.
- Thornton, G. C., & Rupp, D. E. (2006). *Assessment Centers in Human Resource Management*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. (Chapter 10, Varieties of validity evidence for assessment centers, pp. 217-265).
- Thornton, G. C., & Rupp, D. E. (2006). *Assessment Centers in Human Resource Management*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. (Chapter 3, Basic requirements of an assessment center, pp. 37-56).

3.4. Modalitatea de verificare

Evaluare pe parcurs: rezolvarea uneia dintre cele 3 aplicații postate pe platformă, aferente întâlnirilor online (50% din notă)

Evaluare finală: examen online alcătuit din întrebări grilă cu un singur răspuns corect (50% din notă).

În restanță se va preda un proiect realizat pe o temă la alegere din lista postată pe platformă.



3.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	10.12.2022 ora 10:00 sala 510			
	14.01.2023 ora 10:00 sala 510			
Seminare online (pe platforma Webex)	14.12.2022 ora 17:00		14.12.2022 ora 20:00	
	11.01.2023 ora 17:00		11.01.2023 ora 18:30	
	18.01.2023 ora 17:00		18.01.2023 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	22.01.2023 Test grilă online	03.02.2023 Test grilă online	22.01.2023 Test grilă online	03.02.2023 Test grilă online



Coordonator de disciplină:	conf. univ. dr. Valeriu FRUNZARU
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	6

4.1. Cadrul general al cursului

Acest curs abordează problematica ocupării forței de muncă din perspectiva sociologiei muncii, a politicilor sociale și a strategiilor privind piața muncii la nivelul Uniunii Europene (UE), în condițiile în care, după 1 ianuarie 2007, piața forței de muncă din România devine parte a pieței forței de muncă a UE. Luând în considerare aspectele teoretice, politicile din domeniu și datele statistice furnizate de instituții ca Eurostat sau Institutul Național de Statistică din România, participanții la acest curs își vor construi o imagine de ansamblu a ocupării forței de muncă atât la nivel național cât și la nivel internațional. De asemenea, motivația acestui curs vine din faptul că specialiștii în resurse umane trebuie să privească nu doar piața forței de muncă din România, ci și să-și lărgescă orizontul la piața forței de muncă a UE. Prin urmare, este prezentată, printre altele, politica ocupării forței de muncă a UE și situația ocupării forței de muncă în UE, punând accent pe realitatea românească în context european. Cursul are două părți. În prima parte, preponderent teoretică, se face distincția dintre muncă și ocupare, se prezintă relația dintre ocuparea forței de muncă și statul bunăstării și sunt prezentate abordările sociologice clasice asupra muncii. În partea a doua, sunt prezentate strategia și obiectivele UE și ale României privind ocuparea forței de muncă în strânsă legătură cu datele statistice.

4.2. Structura cursului

1. Muncă și ocupare. Delimitări conceptuale
2. Ocuparea forței de muncă și statul bunăstării
3. Abordări sociologice clasice asupra muncii: Karl Marx, Emile Durkheim, Max Weber
4. Politica UE cu privire la ocuparea forței de muncă. Direcții generale
5. Strategia Europeană de Ocupare. Abordare din perspectiva ciclului de viață
6. Strategia Europeană de Ocupare. Egalitatea de gen
7. Migrația forței de muncă în UE. România în context european

4.3. Bibliografie

Fiecare capitol începe cu prezentarea principalelor concepte, a obiectivului general și a obiectivele specifice. La sfârșitul fiecărui capitol se găsesc întrebări recapitulative și o bibliografie minimă recomandată pentru tema respectivă. La sfârșitul cursului există o bibliografie extinsă cu privire la toate temele.

4.4. Modalitatea de verificare

Test grilă.

4.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	12.11.2022 ora 10:00 sala 510			
	19.11.2022 ora 10:00 sala 510			
Seminare online (pe platforma Webex)	11.10.2022 ora 17:00		11.10.2022 ora 18:30	
	18.10.2022 ora 17:00		18.10.2022 ora 18:30	
	25.10.2022 ora 17:00		25.10.2022 ora 18:30	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	04.02.2023 Test grilă online	12.02.2023 Test grilă online	04.02.2023 Test grilă online	12.02.2023 Test grilă online



Coordonator de disciplină:	lector univ. dr. Camelia CRIȘAN
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	5

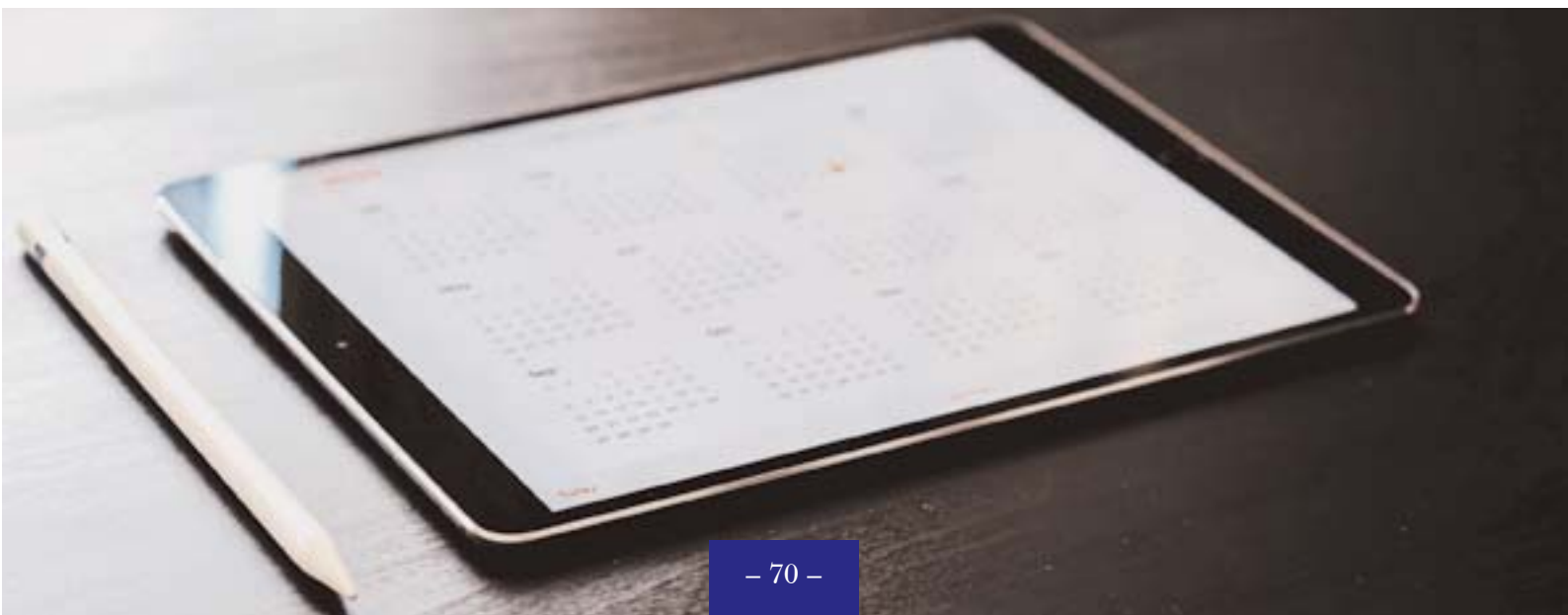
5.1. Cadrul general al cursului

Nevoia pentru inovare este din ce în ce mai mare în rândul organizațiilor, publice sau private, care trebuie să soluționeze probleme și să performeze într-un mediu în continuă schimbare și cu o multitudine de cerințe din partea stakeholderilor. De aceea organizațiile trebuie să identifice și să aplice noi metodologii pentru a-și inova procesele, produsele și serviciile și a oferi experiențe specifice utilizatorilor. Abordarea de design thinking (gândire de tip design) oferă un cadru integrator care pune împreună modelele de gândire creativă și analitică, suplimentate de un proces și un set de tehnici și instrumente, și ca urmare poate contribui la crearea acestor tipuri de experiență pentru clienți/utilizatori. Dacă este bine aplicată, metoda design thinking contribuie la procese de decizie mai flexibile, reduce riscurile de a duplica eforturile, duce la evitarea inconsistențelor și crește capacitatea inovativă a organizațiilor. Fiind un proces centrat pe om și nevoile sale, pune descoperirea nevoilor tacite sau subtil nuanțate în centrul procesului inovativ. Design thinking recunoaște valoarea oamenilor motivați și a proceselor creative și de aceea accentuează nevoia de a regândi designul organizațional pentru a facilita contribuția oamenilor la procese și colaborarea dintre diversele funcțiuni. Aceasta înseamnă că oamenii sunt elementele care împing și pun presiune pe alte componente organizaționale (ca de exemplu strategia, structurile, procesele, tehnologiile) pentru realizarea inovațiilor. În acest curs ne vom concentra pe explicarea procesului de design thinking și pe aplicarea acestuia în organizații pentru a genera noi procese sau servicii, care vor contribui la eficiență, performanță și inovare.

5.2. Structura cursului

1. Ce este design thinking și cum funcționează – teorii și modele
2. Fazele design thinking explicitate
3. Cum și de ce funcționează design thinking
4. Căi pentru a introduce și conduce procesele de inovare prin design thinking în organizații
5. Roluri în design thinking - catalizatorii de inovare
6. Metode ale fazei de empatizare
7. Metode ale fazei de definire
8. Metode ale fazei de idee
9. Principii pentru prototipare și testare - iterația
10. Inovare, managementul cunoașterii și design thinking

- Badke-Schaub, P. N.F.M. Roozenburg and C. Cardoso, (2010). Design thinking: a paradigm on its way from dilution to meaninglessness, *Proceedings of the 8th Design Thinking Research Symposium*, University of Technology, Sydney, pp. 39-49.
- Bill and Melinda Gates Foundation, n.d. available at <https://www.gatesfoundation.org/What-We-Do/Global-Development/Global-Libraries>, viewed on December 2nd, 2017.
- Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*, (June), 85–92.
- Brown, T (2019). *Change by Design*. Harper Business: kindle edition
- Buijs, J. (2003). Modeling product innovation processes, from linear logic to circular chaos, *Creativity and Innovation Management*, 12(2), 76-93.
- Crișan, C.& C. Căldărușă. 2017. Design Thinking: What it is and how it works. A case study on Romanian libraries, *Euromentor*, vol VIII (4), pp. 181-194.
- Cross, N. (2004). Expertise in design: An overview. *Design Studies*, 2004, 25(5), p.427-441.
- d.school (2010). *Bootcamp Bootleg*, Stanford University, available at: <https://dschool.stanford.edu/resources/the-bootcamp-bootleg>, viewed in December 2nd, 2017.
- Hatchuel, A. & Weill, B. (2003). A New Approach of Innovative Design: An Introduction to C-K Theory. *International Conference of Engineering Design*, Stockholm, Sweden.
- Kimbell, L. (2009). Design practices in design thinking. *Design*, May(July), 1–24.
- Lawson, B. (2006). *How designers think: The design process demystified*, Routledge, London.
- Lookwood, T., E. Papke. (2018). *Innovation by design*. Wayne, NJ: The Career Press.
- Martin, R. (2009). *The design of business. Why design thinking is the next competitive advantage*. Harvard Business Press, USA.
- Martin, L.R. (2011). The Innovation Catalysts, *Harvard Business Review*, June 2011.
- Rittel, H. & Webber, M. (1973). Dilemmas in a general theory of planning, *Policy Sciences*, 4, 155-169.
- Rylander, B. A. (2009). Design Thinking as Knowledge Work: Epistemological Foundations and Practical Implications. *Journal of Design Management*, 4(1), 7-19.
- Shamiyeh, M.(2010). *Creating desired futures: How design thinking innovates business*. Basel: Birkhäuser.
- Toolkit for libraries, n.d. available at <http://designthinkingforlibraries.com>, viewed on December 2nd, 2017.
- Von Hippel, E. (1988). *The sources of innovation*, Oxford University Press, New York.



5.4. Modalitatea de verificare

Proiect

În echipe de câte 6 persoane proiectați un serviciu/proces organizațional folosind etapele din design thinking și completați Caietul 1 și Caietul 2 de exerciții.

Precizare importantă

Toți membrii, indiferent de gradul de implicare individuală, vor primi aceeași notă.

Notare

5 puncte Caietul 1, 4 puncte Caietul 2, 1 punct din oficiu.


Proiectul se trimite de către masteranzi pe platforma de e-learning la secțiunea *Proiect final* de pe pagina disciplinei *Design thinking*, cu respectarea termenului stabilit. Pentru restanțe rămân valabile aceleași condiții și criteriile de evaluare.

5.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	15.10.2022 ora 10:00 sala 317			
	05.11.2022 ora 10:00 sala 317			
Seminare online (pe platforma Webex)	03.11.2022 ora 17:00		03.11.2022 ora 18:30	
	12.01.2023 ora 18:30		12.01.2023 ora 20:00	
	19.01.2023 ora 18:30		19.01.2023 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	28.01.2023 Trimite referat	11.02.2023 Trimite referat	28.01.2023 Trimite referat	11.02.2023 Trimite referat

MASTERAT ÎN MANAGEMENT ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI





Anul I Semestrul I

DISCIPLINE

1. Comunicare I. Comunicare internă

Coordonator de disciplină: prof. univ. dr. Diana-Maria CISMARU
cadru didactic asociat dr. Miruna ILIESCU

2. Comunicare II. Comunicarea externă a firmei

Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Irina MARSH

3. Marketing

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat lector. univ. dr. Andreea MITAN
cadru didactic asociat drd. Victor Emanuel CIUCIUC

4. Negociere în afaceri

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat prof. univ. dr. Ioan DEAC

1. COMUNICARE I. COMUNICARE INTERNĂ

Coordonator de disciplină:	prof. univ. dr. Diana-Maria CISMARU cadru didactic asociat dr. Miruna ILIESCU
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	7

1.1. Cadrul general al cursului

Cursul este o introducere în noțiunile și teoriile importante în domeniul comunicării interne, atât la nivelul comunicării și optimizării funcționale cât și la nivelul comunicării strategice. Perspectiva cursului corelează noțiuni de bază din comunicarea organizațională pentru a ajunge la aspecte integrate precum cultura organizațională sau programele de comunicare strategică.

Obiective

- Introducerea comunicării interne ca o funcție a managementului și înțelegerea efectelor și nevoilor acestei funcții;
- Analiza fluxului funcțional de comunicare în interiorul și exteriorul organizației și a publicurilor interne;
- Realizarea corelației cu alte noțiuni studiate în câmpul comunicării organizaționale.
- Însușirea pașilor necesari în elaborarea strategiilor și programelor de comunicare internă.

1.2. Structura cursului

1. Comunicarea în organizații. Orientarea antreprenorială
2. Factori organizaționali și impactul lor asupra comunicării interne
3. Managementul inovației în organizații
4. Stiluri de conducere și comunicare
5. Cultură, identitate, imagine organizațională
6. Campanii de comunicare strategică în organizații
7. Comunicare formală și informală. Gestionarea conflictelor
8. Social media ca instrumente în comunicarea organizațională
9. Gestionarea crizelor în mediul online. Comunicarea și adaptarea la schimbare.
10. Direcții viitoare în studiul organizațiilor

1.3. Bibliografie

Indicațiile bibliografice sunt grupate la sfârșitul cursului. Fiecare curs beneficiază de bibliografie specifică. Bibliografia oferită este orientativă. Pot fi consultate și alte cărți, cu referire la domeniul comunicării interne.

1.4. Modalitatea de verificare

Nota finală este compusă din:

- a. **Rezultatul evaluării continue** - intervenții pe parcursul desfășurării cursului și seminarului; **rezolvarea a cel puțin două teme de seminar (20% din nota finală)**
- b. **Aplicație scrisă individuală - un proiect de scurtă întindere** (maximum 4 pagini Times New Roman, 12, spațiere 1 rând) **(80% din nota finală) axat, la alegere, pe:**
 - proiectarea și promovarea unei inovații;
 - propunerea și promovarea unei inovații în interiorul unei firme deja existente (linie/produs/procedură nouă).
- **Notă:** greșelile gramaticale și de scriere sunt depunctate cu 0,50 puncte din nota finală.

Atenție!

- Intrarea în evaluare este condiționată de participarea la cel puțin **50% dintre întâlniri** și realizarea celor 2 teme de seminar.
- Proiectele trebuie să respecte normele redactării științifice. Proiectele care nu conțin citări, surse bibliografice, texte aliniat și redactate conform cerințelor vor fi respinse.
- Studenții trimit proiectul pe platforma de e-learning la secțiunea Proiect final de pe pagina disciplinei Comunicare internă, în termenul stabilit.
- Pentru restante, rămân valabile aceleași condiții și criterii de evaluare.
- La această disciplină nu se fac echivalări.

1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	22.10.2022 ora 10:00 sala 311			
	30.10.2022 ora 10:00 sala 313			
Seminare online (pe platforma Webex)	21.10.2022 ora 18:30		21.10.2022 ora 20:00	
	28.10.2022 ora 18:30		28.10.2022 ora 20:00	
	11.11.2022 ora 18:30		11.11.2022 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	21.01.2023 Trimite referat	11.02.2023 Trimite referat	21.01.2023 Trimite referat	11.02.2023 Trimite referat

Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Irina MARSH

Statut: obligatorie

Număr de credite: 8

2.1. Cadrul general al cursului

Obiective generale ale cursului

Realizarea unei baze de cunoștințe fundamentale în domeniul comunicării externe a firmei.

Obiective specifice ale cursului

Dezvoltarea competențelor necesare pentru realizarea unei analize strategice a comunicării organizației pe plan extern, pentru elaborarea și implementarea strategiilor de comunicare externă.

2.2. Structura cursului

Organizarea cursului este tematică. Pornim de la o serie de clarificări conceptuale, precum și de la o discuție a strategiilor de afaceri și de erne a firmelor.

Structura temelor este flexibilă și o vom parcurge, accentua și adapta în funcție de interesele studenților. Temele cuprind atât cursuri obligatorii, cât și texte opționale, anexe, exemple și studii de caz.

Resursele suplimentare și bibliografia propusă în suportul de curs pot fi utile studenților care urmăresc să aprofundeze problematici specifice.

- I. Comunicarea strategică, relațiile publice și comunicarea integrată
- II. Publicuri și canale specifice
- III. Identitatea și imaginea în afaceri
- IV. Procesul de comunicare și gestionarea imaginii
- V. Construcția și dezvoltarea mărcilor. Expresiile corporative și de marcă
- VI. Managementul identității organizației
- VII. Comunicarea managerială
- VIII. Imaginea omului de afaceri
- IX. Comunicarea integrată de marketing
- X. Planul și campania de comunicare
- XI. Comunicarea corporate și responsabilitatea socială
- XII. Comunicarea eficientă cu presa



2.3. Bibliografie

- BOUN, D., *Relațiile publice și noua societate*, Editura Tritonic, București, 2004.
- COMAN, Cristina, *Relațiile publice și mass-media*, Editura POLIROM, București, 2004.
- COMAN, Cristina, *Relațiile publice, principii și strategii*, Editura POLIROM, București, 2001.
- CHICIUDEAN, Ion & Țone, Vasile, *Gestionarea crizelor de imagine*, Editura Comunicare.ro, București, 2008.
- DAGENAIS, Bernard, *Campania de relații publice*, Editura Polirom, 2003.
- DAGENAIS, Bernard, *Profesia de relaționist*, Ed. Polirom, Iași, 2002
- HENDRIX, Jerry A., *Public Relations Cases*, Wadsworth, 2001.
- IACOB, Dumitru, CISMARU, Diana Maria & PRICOPIE, Remus, *Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare*, Editura Comunicare.ro, București, 2011.
- NEWSOM, D. VANSLYKE, Turk, KRUCKEBERG, D., *Totul despre relațiile publice*, Editura Polirom, Iași, 2003.
- PRICOPIE, Remus, *Relațiile publice. Evoluție și perspective*, Editura Tritonic, București, 2005.
- REGESTER, Michael; LARKIN, Judy, *Managementul crizelor și al situațiilor de risc*, Comunicare.ro, București, 2003.
- STANCU, V., *Strategii și tehnici de relații publice*, Editura Comunicare.ro, București, 2008.
- BONCHEK, M. & FRANCE, C., *How marketers can connect profit and purpose*, 2018, disponibil la adresa <https://llhbr.org/2018/06/how-marketers-can-connect-profit-and-purpose>
- SCHNEIDER, J., *10 Tactics for Launching a Product Using Social Media*, 2015, disponibil la adresa <https://llhbr.org/2015/04/10-tactics-for-launching-a-product-using-social-media>

2.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea la disciplina “Comunicarea externă a firmei” se va realiza astfel:

a) Evaluare pe parcurs:

- prezența activă la seminariile online pe platforma Webex (se vor derula 3 astfel de seminarii);
- prezențe active la seminariile online pe platforma Zoom (vor avea loc 2 astfel de întâlniri);
- Este necesar un număr de minim 2 prezențe din totalul de 5.

b) Evaluare finală:

- Proiect final care se va încărca pe platformă în secțiunea **Proiect final** până la data limită (a se urmări datele examinării anunțate pe platformă). Temele pentru examinarea finală vor fi discutate în cadrul seminariilor și vor fi postate pe platformă după primele întâlniri online cu studenții.



2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare online (pe platforma Zoom)	03.12.2022 ora 12:00			
	14.01.2023 ora 10:00			
Seminare online (pe platforma Webex)	05.12.2022 ora 17:00		05.12.2022 ora 18:30	
	09.01.2023 ora 17:00		09.01.2023 ora 18:30	
	16.01.2023 ora 17:00		16.01.2023 ora 18:30	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	22.01.2023 Trimite referat	12.02.2023 Trimite referat	22.01.2023 Trimite referat	12.02.2023 Trimite referat



Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat lector univ. dr. Andreea MITAN cadru didactic asociat drd. Victor Emanuel CIUCIUC
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	8

3.1. Cadrul general al cursului

Marketingul, cu noile sale variante de punere în practică, aflate în continuă evoluție, reprezintă una dintre disciplinele cele mai dinamice ale domeniului afacerilor. Cursul de față este construit de asemenea natură încât să ofere toate informațiile necesare managerilor care trebuie să aprobe bugete de marketing sau directorilor de produs și/ sau marcă care trebuie să gândească strategii de marketing și să le operaționalizeze în planuri anuale și campanii punctuale.

Obiective specifice

- Cunoașterea conceptelor fundamentale și a teoriilor fundamentale de marketing.
- Cunoașterea noilor orientări în marketing.
- Dobândirea capacității de a realiza strategii și planuri de marketing realiste.

3.2. Structura cursului

Organizarea cursului este tematică. Pornim de la o serie de clarificări conceptuale, precum și de la o discuție a strategiilor de afaceri și de marketing și apoi distingem principalele tehnici de marketing, în funcție de perioade istorice, economice, culturale, industrii sau piețe naționale.

- I. Marketing. Delimitări conceptuale
- II. Rolul marketingului în organizații
- III. Mediul de marketing
- IV. Înțelegerea consumatorilor
- V. Cercetarea de marketing
- VI. Segmentarea și alegerea pieței-țintă
- VII. Poziționarea
- VIII. Strategii de marketing în context concurențial
- IX. Mixul de marketing – Politica de produs și politica de preț
- X. Mixul de marketing. Politica de plasament și politica de promovare
- XI. Marketingul serviciilor
- XII. Planul de marketing

3.3. Bibliografie

- Aaker, David, *Managementul capitalului unui brand: cum să valorificăm numele unui brand*, Editura Brandbuilders, București, 2005.
- Balaure, Virgil (coord.), *Marketing*, Editura Uranus, București, 2002.
- Brătianu, Constantin, *Management și marketing: concepte fundamentale*, Editura Comunicare.ro, București, 2006.
- Cravens, David W., Piercy, Nigel F., *Strategic marketing*, McGraw-Hill Irwin, Boston, 2003.
- Dătculescu, Petre, *Cercetarea de marketing – cum pătrunzi în mintea consumatorului, cum măsoară și cum analizezi informația*, Editura Brandbuilders Grup, București, 2006.
- Klein, Naomi, *No logo. Tirania mărcilor*, Editura Comunicare.ro, București, 2006.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary, Saunders, John și Wong, Veronica, *Principiile Marketingului*, Editura Teora, București, 1999.
- Kotler, Philip, *Managementul marketingului*, Editura Teora, București, 1999.
- Nicolescu, Luminița, *Marketingul, premisa succesului în afaceri*, Universitatea Virtuală de Afaceri, București, 2003.

3.4. Modalitatea de verificare

a) **Evaluarea pe parcurs:** 2 puncte

Punctajul se acordă pentru prezența activă la seminariile online.

b) **Evaluarea finală:** 8 puncte.

Realizarea unui proiect de echipă (2-3 persoane).

PROIECTUL DE ECHIPĂ – Echipele sunt alese de către studenți, de regulă la prima întâlnire. Fiecare echipă are posibilitatea să aleagă o temă dintre cele date de profesor, prezentate la prima întâlnire. Proiectul întregii echipe va fi realizat pe parcursul semestrului și va fi încărcat de către un singur membru al proiectului în secțiunea **Proiect final** de pe pagina disciplinei, la data examenului (șansa 1 sau șansa 2). Nota pentru proiect este aceeași pentru fiecare membru al echipei. Nota finală va diferi în funcție de activitatea la seminariile online.



3.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	29.10.2022 ora 10:00 sala 316			
	10.12.2022 ora 10:00 sala 316			
Seminare online (pe platforma Webex)	07.12.2022 ora 17:00		07.12.2022 ora 18:30	
	14.12.2022 ora 18:30		14.12.2022 ora 20:00	
	18.01.2023 ora 18:30		18.01.2023 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	28.01.2023 Trimite referat	04.02.2023 Trimite referat	28.01.2023 Trimite referat	04.02.2023 Trimite referat



Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat prof. univ. dr. Ioan DEAC
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	7

4.1. Cadrul general al cursului

Comunicarea este doar una dintre condițiile negocierii. Orice negociere presupune un proces de comunicare, de transfer de informații și de înțelegere a lor, între persoanele implicate.

Obiective generale ale cursului

- cunoașterea și înțelegerea conceptelor fundamentale din domeniu (principiile negocierii și principalele forme de implementare).

Obiective specifice ale cursului

- cunoașterea teoriilor specifice domeniului negocierii;
- cunoașterea strategiilor de negociere;
- înțelegerea și asimilarea diverselor tactici și tehnici de negociere în afaceri.

4.2. Structura cursului

1. Definirea procesului de negociere
2. Principii ale negocierii
3. Structura conceptuală a procesului de negociere
4. Clasificarea proceselor de negociere în funcție de natura obiectului supus negocierii
5. Tipologia proceselor de negociere
6. Stiluri de negociere
7. Strategia de negociere
8. Tactici de negociere
9. Organizarea și conducerea procesului de negociere

4.3. Bibliografie

- Boncu, Ștefan, *Negocierea și medierea – Perspective psihologice*, Ed. Institutul European, Iași, 2006.
- Cohen, Herb, *Arta de a negocia*, trad. Ciprian Saucan, Ed. Humanitas, București, 2006.
- Curry, Jeffrey Edmund, *Negocieri internaționale în afaceri*, trad. Smaranda Nistor, Ed. Teora, București, 2000.
- Deac, Ioan, *Introducere în teoria negocierii*, Ed. Paideia, București, 2002.
- Georgescu, Toma, *Negocierea afacerilor. Ghid practic*, Ed. Porto-Franco, Galați, 1992.
- Georgescu, Toma & Caraini, Gheorghe, *Managementul negocierii afacerilor. Uzanțe – Protocol*, Ed. Lumina Lex, 1999.
- Hiltrop, Jean M. & Udall, Sheila, *Arta negocierii*, trad. Cristina Muntoiu, Ed. Teora, București, 1999.
- Hindle, Tim, *Cum să negociem*, trad. Radu Paraschivescu, Ed. RAO, București, 2000.
- Kennedy, Gavin, *Negocieri*, trad. Gabriel Stoian, Ed. Nemira, București, 1998.

Lewicki, Roy J. & Hiam, Alexander, *Arta negocierii în afaceri*, trad. Ioana maria Novac, Ed. Publica, București, 2008.

Malița, Mircea, *Teoria și practica negocierilor*, Ed. Politică, București, 1972.

Mamontov, Serghei, *Strategii de negociere*, trad. Elena Fenoghen, Ed. EuroPress Group, București, 2006.

Prutianu, Ștefan, *Manual de comunicare și negociere în afaceri*, Ed. Polirom, Iași, 2000.

Scott, Bill, *Arta negocierilor*, Ed. Tehnică, București, 1996.

4.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea pe parcurs

Prezența la seminarii online – 30% din notă.

Evaluare finală

Prezentare Powerpoint încărcată pe platformă, de rezolvat la o dată menționată ulterior.

Analiza unui studiu de caz prezentat în programul powerpoint, cu următoarele cerințe:

- Identificați și indicați care sunt principalele probleme ale negocierii.
- Stabiliți care este limita inițială a negocierii și care este limita finală a negocierii.
- Indicați care este stilul de negociere cel mai indicat.
- Stabiliți care sunt elementele premergătoare ale stabilirii strategiei de negociere.
- Întocmiți o strategie de negociere pentru a realiza obiectivele stabilite de șeful dvs.

4.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	05.11.2022 ora 10:00 sala 313			
	12.11.2022 ora 10:00 sala 326			
Seminare online (pe platforma Webex)	27.10.2022 ora 17:00		27.10.2022 ora 18:30	
	10.11.2022 ora 17:00		10.11.2022 ora 18:30	
	16.12.2022 ora 17:00		16.12.2022 ora 18:30	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	29.01.2023 Trimite referat	13.02.2023 Trimite referat	29.01.2023 Trimite referat	13.02.2023 Trimite referat



Anul II Semestrul I

DISCIPLINE

1. Tehnici de promovare în afaceri

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat drd. Roxana MARCU

2. Lobby

Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Irina MARSH

3. Managementul organizațiilor

Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Cătălina CICEI

4. Brandul de angajator

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat lector univ. dr. Rareș MOCANU

5. Managementul schimbării

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat lector univ. dr. Sergiu STAN

1. TEHNICI DE PROMOVARE ÎN AFACERI

Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat drd. Roxana MARCU
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	6

1.1. Cadrul general al cursului

Obiective generale ale cursului

- înțelegerea critică a diferitelor tehnici de promovare;
- deprinderea unor instrumente și reguli cu privire la aplicarea tehnicilor specifice de promovare.

Obiective specifice ale cursului

- demonstrarea și dezvoltarea abilităților de comunicare cu diferite audiențe;
- difuzarea capacităților de a dezvolta campanii de promovare eficiente, adecvate unor conjuncturi diverse;
- corelarea politicilor de promovare cu strategia generală de marketing a companiei.

1.2. Structura cursului

1. Promovarea și activitatea de marketing a unei firme
2. Proiectarea strategiei de promovare a unei firme
3. Concepte cheie în marketing și promovare
4. Brand, promovare și comportament de consum
5. Publicitatea: cheia procesului promoțional?
6. Relațiile publice și dezvoltarea sustenabilă a afacerii
7. Strategii de dezvoltare a imaginii organizației
8. Promoții
9. Promovarea și politica de personal
10. Marketingul direct – între vânzări și promovare
11. Promovarea online
12. Etica în promovare

Cursul de *Tehnici de promovare în afaceri* urmărește înțelegerea de către studenți a naturii comunicării de marketing în corelație cu strategiile organizației, precum și înțelegerea tendințelor din domeniul promovării.

Promovarea este o activitate indispensabilă pentru orice organizație, indiferent de domeniul său de activitate, care îi asigură dezvoltarea în condițiile unui mediu extern din ce în ce mai dinamic și complex. Activitatea promoțională poate contribui la atingerea unor obiective foarte variate și importante pentru o organizație cum ar fi: creșterea vânzărilor, dezvoltarea și impunerea imaginii, atragerea de noi clienți, pătrunderea pe noi piețe, (re)poziționarea, co-

municarea cu diverse categorii de public și multe altele. Aceste obiective pot fi atinse prin intermediul unor tehnici dintre cele mai variate.

Cursul de *Tehnici de promovare în afaceri* urmărește în principal:

- înțelegerea critică a diferitelor tehnici de promovare și instrumentele specifice acestora
- deprinderea unor tehnici și reguli cu privire la aplicarea tehnicilor de promovare
- dă posibilitatea cursanților să dezvolte campanii de promovare eficiente, adecvate unor conjuncturi diverse.

Pentru atingerea acestor obiective, sunt planificate mai multe tipuri de activități: prelegeri și exerciții aplicative, discutarea online a unor subiecte de actualitate, realizarea de proiecte academice. **Datele pentru examen le regăsiți pe platforma de e-learning.**

1.3. Bibliografie

- Belch, M.; Belch, D., *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*, McGraw, Boston, 2011.
- Dumitrescu, D., *Nativi digitali, pregătiți-vă!*, Tritonic, București, 2013.
- Hirschmann, W., *Marketing direct. Secretele corespondenței și comunicării de succes*, All Educațional, București, 2013.
- Iacob, D., Cismaru, D.M. și Pricopie, R., *Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare*. comunicare.ro, București, 2011.
- Kotler, Ph. (coord.), *Principiile marketingului*, Teora, București, 1998.
- Kotler, Ph., *Managementul marketingului*, Teora, București, 1997.
- Petre, D., *Introducere în publicitate*, comunicare.ro, București, 2004.
- Pricopie, R. *Relațiile publice. Evoluție și perspective*, Tritonic, București, 2008.
- Ries, Al.; Ries, L., *Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului*, Brandbuilders, București, 2005.
- Ries, Al; Trout, J., *Poziționarea. Lupta pentru un loc în mintea ta*, Brandbuilders, București, 2004.
- Schultz, D., et al., *Esențialul despre promoții*, Brandbuilders, București, 2006.
- Zbucnea, A., Pînzaru, F., Galalae, C, Mitan, A., *Ghid esențial de promovare*, Tritonic, București, 2014.

1.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea finală a participanților se face prin însumarea următoarelor componente:

- participarea la program: 1 p.
- calitatea intervenției: 2 p.
- aplicații: 3 p.
- proiect: 4 p.

Cerințe de participare: pentru obținerea punctajului de participare este necesară participarea la toate întâlnirile programate, precum și la cel puțin unul dintre cele 2 forumuri de dezbateri online.

Calitatea intervenției online: se evaluează atât contribuția în cadrul discuțiilor pe forumuri, cât și din timpul cursurilor online. Masteranzii trebuie să participe la discuțiile online de pe forumuri. Contribuția fiecărui masterand este importantă pentru aprofundarea temelor discutate. Calitatea acestor discuții influențează direct cunoștințele acumulate și înțelegerea fenomenelor discutate.

Aplicațiile: Trebuie să se soluționeze 2 dintre temele de dezbatere propuse la sfârșitul fiecărui capitol din suportul de curs. Cele două aplicații trebuie să fie alese din capitole diferite. Aplicațiile trebuie să fie concise, dar să argumenteze suficient abordarea. Este recomandat ca pentru mai buna soluționare a temei să se citească nu numai din suportul de curs ci și din alte surse, care să fie trecute la bibliografie. Cei care plagiază nu vor putea să refacă aplicația ulterior și nu vor fi notați.

Proiectul constă în propunerea unei campanii de promovare pentru un start-up românesc real. Elementele obligatorii care trebuie să se regăsească sunt: analiza mediului și a strategiei de comunicare prezente a firmei, analiza clienților, definirea obiectivelor, stabilirea strategiilor și instrumentelor de promovare, planificarea activității, bugetul campaniei. Elemente adiționale se pot include în funcție de studiul de caz ales și de complexitatea abordării.

Pentru restanță, indiferent de data la care se va susține aceasta, se va lua în considerație activitatea de pe parcursul semestrului (30% din nota finală). În sesiunea de restanță nu se vor putea reface aplicațiile nepredate. Evaluarea în restanță cuprinde, pe lângă activitatea de pe parcursul semestrului (30%), un proiect individual anunțat ulterior (60%).

Studentii care ulterior vor dori să mărească nota obținută vor trebui să proiecteze o campanie de promovare pe o temă dată. Se va contacta profesorul înainte de sesiune în acest caz.

1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1	
Seminare față în față	12.11.2022 ora 10:00 sala 311	
	19.11.2022 ora 10:00 sala 313	
Seminare online (pe platforma Webex)	04.11.2022 ora 17:00	
	11.11.2022 ora 18:30	
	09.12.2022 ora 17.00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2
	21.01.2023 Trimite referat	05.02.2023 Trimite referat

Coordonator de disciplină

conf. univ. dr. Irina MARSH

Statut:

obligatorie

Număr de credite:

6

2.1. Cadrul general al cursului

Activitatea de lobby se înscrie în aria preocupărilor legate de comunicare, mai exact aceea legată de comunicarea asociată politicilor publice. Profesioniștii în lobby, fie ei angajați direcți ai entității pentru care desfășoară activități de lobby (companie, ONG, întreprindere mică sau mijlocie orientată spre profit sau chiar instituție culturală etc.), fie consultanți externi, funcționând în cadrul unor agenții specializate, au ca scop influențarea decidenților politici în favoarea intereselor pe care le reprezintă. Când vorbim de lobby vorbim în mod inevitabil de politici publice, decizii, dialog asociat politicilor publice, grupuri de interese, democrație, putere, rețele de relații, negociere, persuasiune și responsabilitate.

Fie că vorbim de tradiția îndelungată specifică spațiului american, de complexitatea și dificultățile particulare întâlnite în statele europene dar și în Uniunea Europeană ca entitate separată, de provocările din democrațiile în curs de dezvoltare sau chiar de particularitățile și curiozitățile unei economii atipice – cum este cazul Chinei, activitatea de lobby stă sub semnul provocării atât ca sector de activitate, alături de altele din zona comunicării, cu oportunitățile și riscurile sale dar și ca practică în sine, cu cerințe specifice și recompense pe măsură pentru cei ce aleg să profeseze în această arie.

Disciplina Lobby este introdusă în programa de studiu începând cu anul 2014. Obiectivele asumate ale disciplinei sunt: familiarizarea cursanților cu acest tip de activitate – oferind deopotrivă un cadru teoretic fundamental în domeniu (prezentând teorii consacrate dar și perspective recente), cât și dimensiuni practice actuale – perspective descriptive, statistici, comparații; problematizarea acestor preocupări în spațiul academic românesc și nu numai și sporirea interesului privind activitatea de lobby, atât ca subiect de cercetare științifică dar și ca practică profesională.

2.2. Structura cursului

Tema 1. Lobby – conceptualizare și premise

Tema 2. Democrație și lobby

Tema 3. Modele de comunicare în spațiul public

Tema 4. Politici publice

Tema 5. Stakeholderii și puterea lor

Tema 6. Activitatea de lobby – de la conceptualizare la eficientizare

Tema 7. Practica activității de lobby

Tema 8. Lobby – modele internaționale și realități românești

2.3. Bibliografie

Bibliografia aferentă fiecărei teme se găsește în interiorul suportului de curs (pe platforma de e-learning).

2.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea: Proiect de 5-10 pagini constând în rezolvarea unuia dintre exercițiile din curs. Proiectul se va încărca pe platformă, în secțiunea dedicată, în perioada sesiunii, până la data examenului (a se consulta secțiunea 2.5 – programarea examenelor).

2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1	
Seminare online (pe platforma Zoom)	05.11.2022 ora 10:00	
	10.12.2022 ora 12:00	
Seminare online (pe platforma Webex)	18.11.2021 ora 17:00	
	25.11.2022 ora 20:00	
	02.12.2022 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2
	22.01.2023 Trimitere referat	11.02.2023 Trimitere referat

Coordonator de disciplină:	lector univ. dr. Cătălina CICEI
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	6

3.1. Cadrul general al cursului

Cursul își propune examinarea proceselor și activităților de conducere în vederea creșterii capacității adaptative și a eficienței organizaționale. Obiectivele generale ale cursului vizează, astfel: cunoașterea orientărilor teoretice și applicative privind managementul organizațiilor și a particularităților activităților de conducere în mediul organizațional contemporan, în timp ce obiectivele specifice se referă la înțelegerea și asimilarea diverselor tactici și tehnici de management. În urma parcurgerii acestui curs, studenții vor fi capabili să examineze o organizație, din perspective particularităților structural și de funcționare, să identifice și explice aspectele disfuncționale, dar și să propună soluții eficiente în direcția stimulării capacității sale adaptative.

3.2. Structura cursului

1. Delimitări teoretice privind managementul organizațiilor. Managementul și gândirea managerial-organizațională
2. Elemente introductive în studiul organizațiilor
3. Metode de studiu în științele organizaționale
4. Perspective asupra organizației
5. Managementul organizațiilor și orientări în managementul organizațiilor
6. Dinamica socială și viitorul organizațiilor: provocări pentru managementul organizațiilor
7. Funcțiile conducerii organizațiilor (1)
8. Funcțiile conducerii organizațiilor (2)
9. Comunicare organizațională
10. Adaptarea și sănătatea organizațională

3.3. Bibliografie

- Avram, Eugen & Cooper, Cary (Eds.) (2008). *Psihologie organizațional-managerială. Tendințe actuale*, Iași: Polirom
- Abric, Jean Claude (2002). *Psihologia comunicării. Teorii și metode*, Iași: Polirom
- Beck, Ulrich (2000). *The Brave New World of Work*. Cambridge: Cambridge University Press
- Bass, Bernard, & Bass, Ruth (2009). *Bass & Stogdill's Handbook of Leadership. Theory, Research and Managerial Applications*. Fourth edition, The Free Press.
- Cameron, Kim; Quinn, Robert (2006). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework*, San Francisco: Jossey-Bass
- Cismaru, Diana-Maria (2008). *Comunicarea internă în organizații*, București: Tritonic
- Coman, Cristina (2001). *Relațiile publice – principii și strategii*, Iași: Polirom

- Coman, Cristina (2004). *Relațiile publice și mass-media*, Iași: Polirom
- Curșeu, Petru (2007). *Grupurile în organizații*, Iași: Polirom
- Cutlip, Scott, Center, Alan, Broom, Glenn (1994). *Effective public relations*, New Jersey: Prentice Hall
- Dagot, Lionel (2007). *Experimente de psihologie organizațională. Optimizarea relațiilor la locul de muncă*, Iași: Polirom
- Daniels, Aubrey (2007). *Managementul performanței – Strategii de obținere a rezultatelor maxime de la angajați*, București: Polirom
- Dagenais, Bernard (2003). *Campania de relații publice*, Iași: Polirom
- D’Humières, Patrick (1993). *Management de la communication de l’entreprise*, Paris: Eyrolles
- Ghoshal, Sumantra; Bartlett, Cristopher (1997). *The Individualized Corporation, A Fundamentally New Approach to Management*, New York: Harper Collins.
- Handy, Charles (1985). *Understanding Organizations*, Middlesex Harmondsworth: Penguin Books.
- Hofstede, Geert (1996). *Managementul structurilor multiculturale – software-ul gândirii*, București: Editura Economică.
- Kohlrieser, George (2007). *Soluționarea conflictelor și creșterea performanței*, Iași: Polirom
- Krueger, Richard, Casey, Mary Anne (2005). *Metoda focus grup*, Iași: Polirom.
- Jex, Steve (2002). *Organizational Psychology. A scientist-practitioner approach*. New York: John Wiley and Sons.
- Johns, Gary (1998). *Comportament organizațional*, București: Editura Economică
- Landy, Frank & Conte, Jeffrey (2010). *Work in the 21st century. An introduction to industrial and organizational psychology*. Third edition, New York : John Wiley & Sons
- Manolescu, Aurel (1998). *Managementul resurselor umane*, București: RAI
- Miles, Jeffery (2012), *Management and Organization Theory: A Jossey-Bass Reader*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Putnam, Linda, & Mumby, Dennis (2013). *The SAGE Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods*, London: Sage.
- Robbins, Stephen & Judge, Timothy. (2019). *Organizational Behavior* (18th Edition). USA: Pearson.
- Rogelberg, Steven (Ed). (2004). *Handbook of Research Methods in Industrial and Organizational Psychology*, London: Blackwell.
- Zlate, Mielu (2004). *Leadership și management*, Iasi :Polirom.
- Zlate, Mielu (2004). *Tratat de psihologie industrial-organizațională (vol. I)*, Iasi : Polirom.
- Zlate, Mielu (2007). *Tratat de psihologie industrial-organizațională (vol. II)*, Iasi : Polirom.


3.4. Modalitatea de verificare

Evaluare pe parcurs: rezolvarea uneia dintre cele 3 aplicații postate pe platformă, aferente întâlnirilor online (50% din nota finală).

Evaluare finală: proiect individual, realizat pe o temă la alegere, selectată din lista pusă la dispoziția studenților pe platforma online (50% din nota finală).

3.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1	
Seminare față în față	15.10.2022 ora 10:00 sala 311	
	26.11.2022 ora 10:00 sala 311	
Seminare online (pe platforma Webex)	26.10.2022 ora 17:00	
	02.11.2022 ora 17:00	
	09.11.2022 ora 17:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2
	23.01.2023 Trimite referat	03.02.2023 Trimite referat



THINK
OUTSIDE
THE BOX

Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat lector univ. dr. Rareș MOCANU
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	6

4.1. Cadrul general al cursului

Indispensabil ca instrument de supraviețuire și de dezvoltare a companiilor economice și noneconomice, brandul de angajator are un potențial uriaș din perspectiva dezvoltării durabile, competitivității și, strict în planul managementului de resurse, diminuării migrației forței de muncă și a fluctuației de personal, potențial nespeculat la adevărata putere.

Obiective principale

- cunoașterea noțiunii de brand angajator; cunoașterea procesului de branding; cunoașterea instrumentelor specifice branding-ului de angajator; cunoașterea arhitecturii de brand instituțional; înțelegerea noțiunii de „employer of choice” și „employer value proposition”;
- explicarea elementelor de bază ale branding-ului instituțional; explicarea strategiilor de comunicare ale brandurilor instituționale; explicarea și interpretarea domeniilor strategice în care este folosit brandingul de angajator.
- înțelegerea modului în care companiile utilizează strategiile de brand de angajator – cum beneficiază de o mai bună recrutare a talentelor, alinierea acțiunii de recrutare cu cerințele locurilor de muncă, importanța retenției de personal, modul în care activitatea de recrutare și retenție oferă un avantaj competitiv
- înțelegerea importanței programelor de management al talentului, prevenția ratei ridicate de turnover, utilizarea corectă a pachetului de beneficii pentru a menține un avantaj competitiv de angajare, “corporate wellness” și gestionarea uzurii angajaților și a eficienței acestora.

4.2. Structura cursului

1. Brandul de angajator – concept interdisciplinar
2. Cum contribuie brandingul la reputația angajatorului?
3. Beneficii relevante ale brandului de angajator
4. Modalități de construire a unui brand de angajator
5. Rolul comunicării în strategia de brand de angajator
6. Cultura organizațională: examenul de maturitate a brandului de angajator
7. Brandingul de angajator: exemple de bună practică

4.3. Bibliografie

- Barrow, S. și Mosley, R. – *The Employer Brand, Bringing the best of brand management to people at work*, The Atrium, Southern Gate, West Sussex, Ed. John Wiley & Sons, Ltd., 2005.
- Bergstrom, K., și Anderson, M. – „Delivering on promises to the marketplace: Using employment branding to build employee satisfaction“. *Journal of Integrated Communications*, 2000, <http://www.medill.northwestern.edu/>.
- Brafman, O., Beckstrom, R. – *Steaua de mare și paianjenul: puterea de neoprit a organizațiilor fără lider*, Editura All, București, 2011.
- Chirică, S. – *Inteligența organizațiilor*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2003
- Coffman, C., Gonzales-Molina, G. – *Calea Gallup. Economia emoțională – calea sigură către succes*, Editura Alfa, Iași, 2007.
- Conway, N. și Briner, R.B. – *Understanding psychological contracts at work: a critical evaluation of theory and research*, Oxford, Oxford University Press, 2005.
- Peters, T., Waterman, R. – *În căutarea excelenței: lecții de la companiile cele mai bine administrate din America*, Editura Meteor Press, București, 2011.
- Sirota, D., Mischkind, L., Meltzer, M.I. – *Motivarea angajaților*, Editura All, București, 2010.

4.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea pe parcurs

- prezența la seminariile online – 20% din nota finală;
- prezența la seminariile față în față – 10% din nota finală.

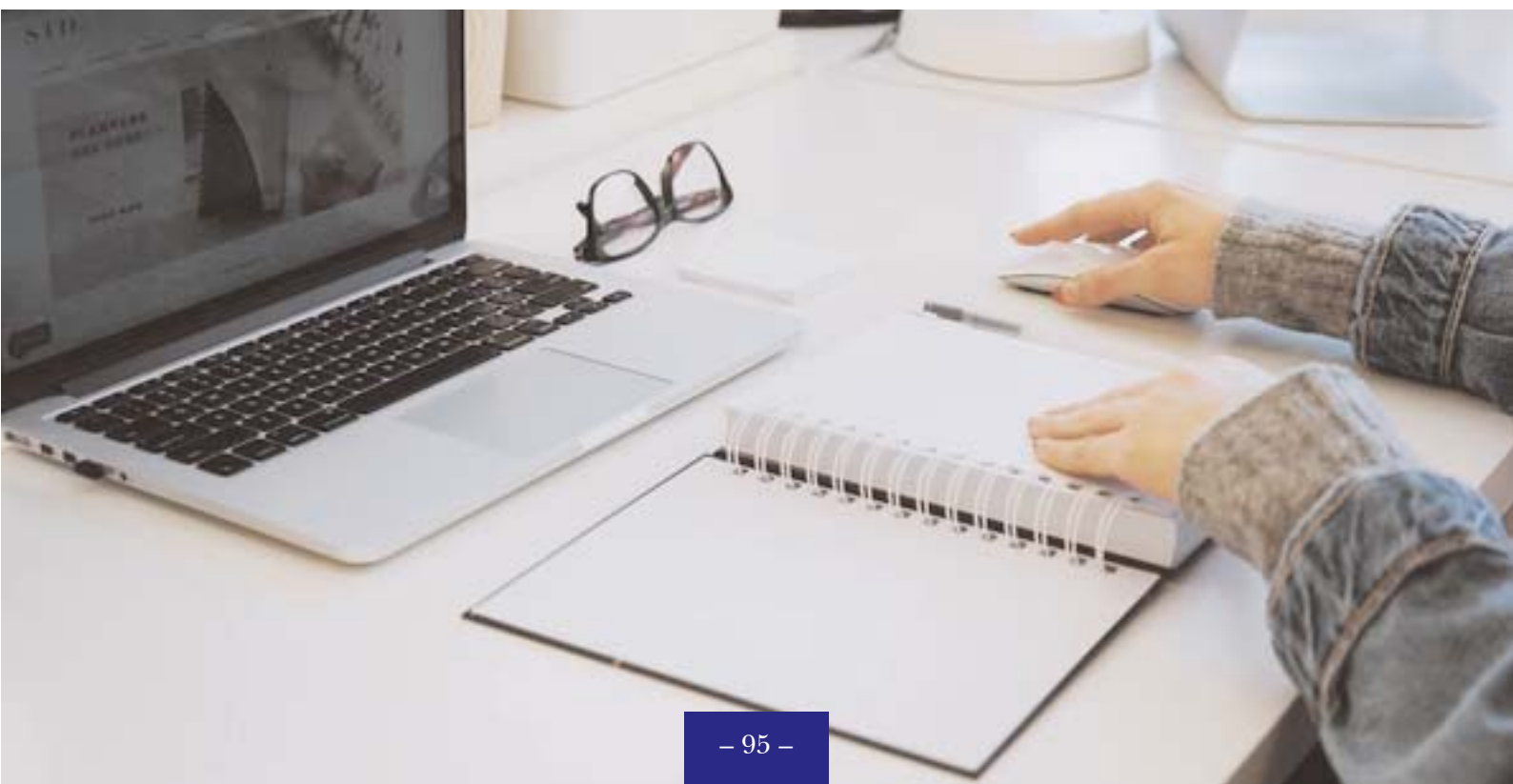
Evaluarea finală

- Analiza brandului de angajator al unei companii de pe piață – 70% din nota finală.



4.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1	
Seminare față în față	03.12.2022 ora 10:00 sala 314	
	14.01.2023 ora 10:00 sala 314	
Seminare online (pe platforma Webex)	16.12.2022 ora 20:00	
	13.01.2023 ora 18:30	
	20.01.2023 ora 18:30	
Examen	Șansa 1	Șansa 2
	29.01.2023 Trimite referat	10.02.2023 Trimite referat



Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat lector univ. dr. Sergiu STAN
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	6

5.1. Cadrul general al cursului

Cursul intitulat *Managementul Schimbării* își propune de a familiariza masteranzii cu teoriile fundamentale ale deciziei, de a putea cunoaște modalitățile și criteriile de gestionare a deciziilor în particular și a schimbării în general, în cadrul activităților manageriale curente, cât și a proiectelor și programelor.

În urma parcurgerii cursurilor și seminariilor dedicate, masteranzii își vor îmbunătăți capacitatea de decizie în ceea ce privește identificarea și gestionarea eficientă a riscurilor și problemelor, deopotrivă în cadrul activităților curente, dar mai ales a celor manageriale, desfășurate prin intermediul proiectelor.

5.2. Structura cursului

- Curs 1. Noțiuni fundamentale privind teoria deciziei
- Curs 2. Concepte și metode fundamentale ale logicii decizionale aplicate în management
- Curs 3. Domeniul managerial din perspectiva teoriei deciziei în condiții de certitudine și incertitudine
- Curs 4. Elemente fundamentale de logică a acțiunii
- Curs 5. Trecerea de la logica teoretică la logica aplicată în domeniul inteligenței artificiale. Sisteme expert de decizie
- Curs 6. Decizia managerială în societatea supusă globalizării
- Curs 7. Eficiență și eficacitate în decizia managerială
- Curs 8. Deciziile ca premisă fundamentală a schimbării
- Curs 9. Noțiuni fundamentale de bază privind schimbarea. Teorii de bază referitoare la schimbare
- Curs 10. Procesele de schimbare în cadrul organizațiilor
- Curs 11. Etapele schimbării în proiecte și programe
- Curs 12. Schimbări sustenabile în proiecte și programe
- Curs 13. Managementul eficient al schimbării în proiecte și programe (1)
- Curs 14. Managementul eficient al schimbării în proiecte și programe (2)



5.3. Bibliografie

- Adair, J. (2006). *Arta de a lua decizii*, București, Editura Cosmos Viking Pinguin.
- Bieltz, P. (1981). *Logica alegerii și decizia socială*, în Probleme de Logică, vol. VIII, București, Editura Academiei
- Bieltz P. (2012). *Bazele gândirii critice*, București, Editura Academiei Române..
- Covey S. (2006). *A 8-a treaptă a înțelepciunii. De la eficiență la măreție* [The 8th Habit. From effectiveness to Greatness] see Romanian edition, București, Editura ALLFA.
- Covey S. (2002). *Eficiența în 7 trepte sau un abecedar al înțelepciunii*, București, Editura ALLFA.
- Druker, P. (2010). *Despre decizie și eficacitate*, București, Editura Meteor Press..
- Enescu G. (1980). *Fundamentele logice ale gândirii*, București, Editura Științifică și Enciclopedică.
- Fisher A. (2001). *Critical thinking –an introduction*, Cambridge UK, Editura Cambridge University Press.
- Gareis, R. (2005). *Happy projects!*, Viena, Editura Manz Verlag.
- Gigerenzer G., Todd P. (2010). *Metode euristice simple pentru decizii inteligente*, București, Editura Publica.
- Hâncu, D. (2002). *Models for founding decisions*, București, Editura ASE..
- Newton R. (2009). *Managementul schimbării pas cu pas*, București, Editura ALL.
- Preda, V. (1992). *Teoria deciziilor statistice*, București, Editura Academiei Române.
- Roubini N., Mihm S. (2010). *Economia crizelor*, București, Editura Publica.
- Stan S. (2007). *Managerial decision under risk and uncertainty in the global society*, Brașov, Business Excellence, Review of Management and Economical Engineering ISSN: 1583-624X, Proceedings, ICBE -2007.
- Yates F. (2003). *Decision Management – How to assure better decisions in your company*, USA, Editura Jossey Bass.

5.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea cunoștințelor în cadrul cursului *Managementul schimbării* se va realiza deopotrivă pe parcurs, cât și la finalul prelegerilor, în cadrul sesiunii speciale dedicate susținerii examenelor. Evaluarea va avea următoarea structură:

- 80% – din notă o va constitui nota la proiect
- 20% – din notă va fi acordată pentru prezența activă la seminarii.

Pentru atingerea standardului minim de performanță, masteranzii trebuie să:

- Participe cel puțin la 70% din seminarii
- Elaboreze proiectul de absolvire în echipă (împreună cu 2 – 4 colegi) și să obțină minim nota 5 în cadrul evaluării proiectului realizat.
- Să demonstreze în cadrul procesului de evaluare, cunoașterea unor elemente de bază teoretice privind teoria deciziilor, precum și gestionarea eficientă a schimbării în proiecte și programe.

5.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1	
Seminare față în față	22.10.2022 ora 10:00 sala 313	
	29.10.2022 ora 10:00 sala 325	
Seminare online (pe platforma Webex)	13.10.2022 ora 20:00	
	20.10.2022 ora 20:00	
	17.11.2022 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2
	28.01.2023 Trimite referat	04.02.2023 Trimite referat



MASTERAT ÎN MANAGEMENTUL PROIECTELOR





Anul I

Semestrul I

DISCIPLINE

1. Antreprenoriat și inovare

Coordonator de disciplină:

cadru didactic asociat prof. univ. dr. Radu MUȘETESCU

cadru didactic asociat drd. Lavinia IANCU

2. Managementul proiectelor I

Coordonator de disciplină:

conf. univ. dr. Loredana VLADU

cadru didactic asociat drd. Ana-Maria ȚUGULEA

3. Strategii și tehnici de atragere a finanțării de la UE

Coordonator de disciplină:

cadru didactic asociat dr. Irina LONEAN

4. Leadership și managementul echipei de proiect

Coordonator de disciplină:

lector univ. dr. ing. Carmen NOVAC

Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat prof. univ. dr. Radu MUȘETESCU cadru didactic asociat drd. Lavinia IANCU
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	8

1.1. Cadrul general al cursului

Discutarea antreprenoriatului este un demers esențial nu numai pentru dimensiunea teoretică, prin care se încearcă analiza acțiunii antreprenoriale în contextul sistemului economic de piață și a implicațiilor acestuia asupra diverselor aspecte ale performanței economice, dar și pentru dimensiunea sa practică, respectiv a clarificării pentru antreprenori a coordonatelor și constrângerilor obiective cu care se confruntă în implementarea proiectelor de afaceri pe care le contemplează. Într-un context economic global al hipercompetiției și turbulenței tehnologice, conștientizarea acestui cadru al acțiunii antreprenoriale precum și oferirea unor instrumente concrete de calcul economic reprezintă propunerile esențiale ale acestui curs care dorește o îmbinare armonioasă a dimensiunii teoretice cu cea practică.

1.2. Structura cursului

Unitatea de învățare 1. Antreprenoriatul în contextul mai larg al sistemului economic de piață
 Unitatea de învățare 2. Antreprenorul și firma: relația cu alte categorii de deținători de interese
 Unitatea de învățare 3. Inovarea ca proces
 Unitatea de învățare 4. Antreprenoriat și inovare: de la idee la afacere
 Unitatea de învățare 5. Antreprenoriatul și calculul economic: instrumentele calculului economic
 Unitatea de învățare 6. Materializarea calculului economic: planul de afaceri
 Unitatea de învățare 7. Dimensiunea soft a antreprenoriatului: atitudine, psihologie etc.

1.3. Bibliografie

Indicațiile bibliografice sunt grupate la sfârșitul cursului. Fiecare curs beneficiază de bibliografie specifică. Bibliografia oferită este orientativă. Pot fi consultate și alte cărți, cu referire la domeniul antreprenoriatului și inovării.



1.4. Modalitatea de verificare

Probe de evaluare și ponderea lor

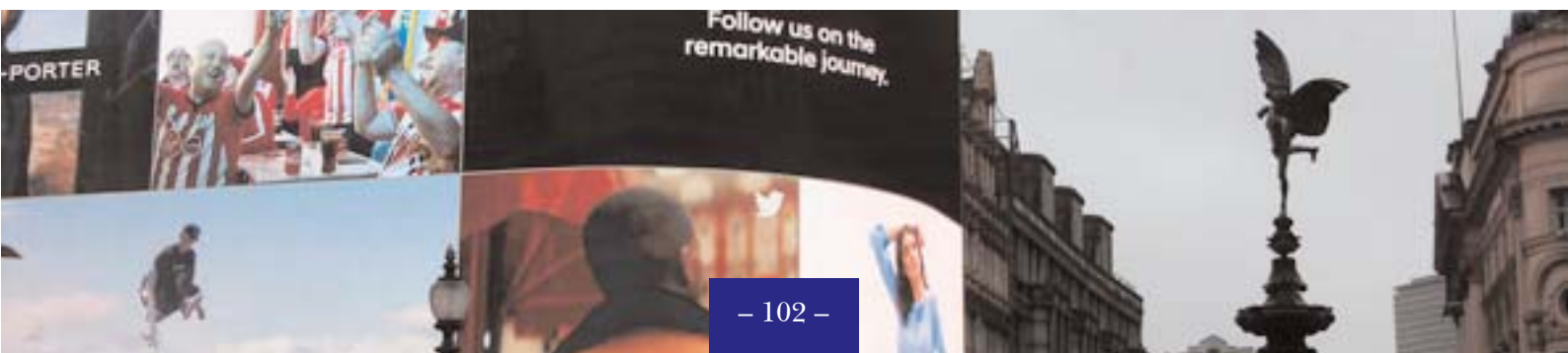
- Nota de la seminar reprezintă 50% din nota finală, iar nota de la examen 50% din nota finală.

Observații

- Nota de la seminar va fi obținută pe baza realizării unui plan de afaceri a cărui realizare va fi asistată pe parcursul întâlnirilor.
- Examenul evaluează stăpânirea conceptelor teoretice fundamentale cu privire la antreprenariat.

1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	03.12.2022 ora 10:00 sala 311			
	14.01.2023 ora 10:00 sala 311			
Seminare online (pe platforma Webex)	13.12.2022 ora 17:00		13.12.2022 ora 18:30	
	10.01.2023 ora 17:00		10.01.2023 ora 18:30	
	17.01.2023 ora 17:00		17.01.2023 ora 18:30	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	22.01.2023 Trimite referat	11.02.2023 Trimite referat	22.01.2023 Trimite referat	11.02.2023 Trimite referat



Coordonator de disciplină:	conf. univ. dr. Loredana VLADU cadru didactic asociat drd. Ana-Maria ȚUGULEA
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	8

2.1. Cadrul general al cursului

Cursul de management de proiect, derulat pe parcursul a două semestre, are ca obiectiv definirea noțiunilor elementare de management de proiect, oferind studenților posibilitatea să înțeleagă metodele și tehnicile utilizate în proiecte. Cursul are un profund caracter practic, stimulându-se aplicarea cunoștințelor dobândite în cadrul unor proiecte derulate în domenii variate, precum tehnologia informației, construcții, educație, turism etc. Cursurile se desfășoară interactiv, iar temele vor fi realizate lucrând în echipe virtuale, simulând astfel o serie de aspecte reale specifice proiectelor: elaborarea Cartei proiectului, dezvoltarea planului de proiect, managementul stakeholderilor, managementul ariei de cuprindere a proiectului, managementul bugetului și costurilor, managementul riscurilor.

Aprofundarea standardului american de management de proiect, elaborat de Project Management Institute, le va oferi studenților posibilitatea să înțeleagă etapele managementului de proiect: inițiere, planificare, monitorizare și control, încheiere. De asemenea, studenții vor fi familiarizați cu metodele și tehnicile necesare pentru dezvoltarea și îmbunătățirea proceselor de management de proiect din companiile în care își desfășoară activitatea.

2.2. Structura cursului

1. Introducere în managementul proiectelor
2. Proiectele și managerii de proiect
3. Identificarea și fezabilitatea propunerilor de proiecte
4. Fazele și ciclul de viață al unui proiect
5. Procese de management de proiect
6. Inițierea proiectelor
7. Managementul stakeholderilor în proiecte
8. Planificarea ariei de cuprindere a proiectelor
9. Planificarea calendaristică a proiectelor

2.3. Bibliografie

Bibliografia se găsește la finalul fiecărei unități de învățare din suportul de curs.

Studentții pot obține un punctaj maxim de 100 de puncte (echivalentul notei 10), defalcat după cum urmează:

1. Evaluare intermediară – 40 de puncte

Studentții vor realiza și vor posta pe platforma de e-learning, pe parcursul semestrului, două teme intermediare. Instrucțiunile privind realizarea acestor teme vor fi postate pe platforma de e-learning în timp util.

2. Realizare dosar proiect – 60 de puncte

Studentții vor aplica tehnicile și instrumentele învățate la curs pe un proiect ales din cele puse la dispoziție pe platforma de e-learning, la Managementul proiectelor I. Studentții pot aborda teme noi de proiect, în măsura în care acestea vor fi discutate în prealabil cu profesorii.

Studentții sunt rugați să lucreze în echipe conținând **min. 3 și max. 5 membri**, ceea ce le va permite să exerseze lucrul în echipă. Organizarea în echipe va fi făcută cu ajutorul profesorilor în cadrul primelor interacțiuni online. Fiecare echipă își va desemna un **manager de proiect**, care va reprezenta proiectul în relație cu profesorii (spre exemplu, pentru solicitarea de clarificări sau informații suplimentare).

Echipele de proiect sunt încurajate să utilizeze mijloace de comunicare electronică pentru a-și planifica proiectele – atât facilitățile puse la dispoziție de platforma de e-learning (mesaje private, forum-uri special create), cât și alte mijloace (email, grupuri de Yahoo, Skype etc.).

Temele finalizate vor fi postate de studenți la secțiunea **Proiect final** a platformei de e-learning, până la data menționată în programarea activităților.

Participare la sesiunile de seminar

Prezența activă la sesiunile de seminar va fi punctată și luată în considerare la calculul mediei finale. Seminariile se vor desfășura în mod interactiv, studenții având posibilitatea să se implice în discuții și rezolvarea exercițiilor și temelor propuse de profesori.

De asemenea, vor fi punctate contribuțiile constând în articole de interes din domeniu, link-uri utile către site-uri de management de proiect, template-uri utile și utilizabile de către managerii de proiect, documente interesante legate de domeniu sau participarea activă la evenimentele dedicate managementului de proiect.

Pentru participarea la sesiunile online, studenții vor trebui să parcurgă suportul de curs “Managementul proiectelor I. Note de curs, exemple practice și exerciții” (autori: Simona Bonghez, Loredana Radu), care se află postat pe platforma de e-learning.

Studentții care participă la toate cele 5 seminarii vor primi un punct în plus la nota finală.

A se vedea și programarea activităților.

ATENȚIE!

Pentru a absolvi cursul, studenții vor trebui să realizeze minim o temă intermediară (vezi punctul 1), să elaboreze dosarul de proiect (vezi punctul 2) și să aibă minim 2 prezențe din 5 posibile. Aceste condiții sunt cumulative, indiferent de punctajul total obținut.



2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	29.10.2022 ora 10:00 sala 313			
	05.11.2022 ora 10:00 sala 510			
Seminare online (pe platforma Webex)	10.10.2022 ora 18:30		10.10.2022 ora 20:00	
	17.10.2022 ora 18:30		17.10.2022 ora 20:00	
	24.10.2022 ora 17:00		24.10.2022 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	21.01.2023 Trimite referat	05.02.2023 Trimite referat	21.01.2023 Trimite referat	05.02.2023 Trimite referat



3. STRATEGII ȘI TEHNICI DE ATRAGERE A FINANȚĂRII DE LA UNIUNEA EUROPEANĂ

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat dr. Irina LONEAN

Statut: obligatorie

Număr de credite: 7

3.1. Cadrul general al cursului

Proiectele și fondurile europene sunt, fără îndoială, subiectele de discuție „la modă” în debaterile televizate, în discursurile politicianilor sau în discursul jurnalistic. Însă, nu oricine este pregătit să discute despre aceste teme în cunoștință de cauză. Pentru a înțelege mecanismele accesării fondurilor alocate pentru România ca stat membru al Uniunii Europene și pentru a putea stabili conexiunile dintre acestea, politicile europene și proiecte, este necesar să ne angajăm într-un demers riguros, sistematic și coerent.

Cursul de Strategii și tehnici de atragere a finanțării de la Uniunea Europeană își propune să fixeze cadrul teoretic al implementării politicilor comunitare și să arate importanța proiectelor în atingerea obiectivelor acestor politici. Altfel spus, cursul încearcă să răspundă, în primul rând, la întrebarea de ce se acordă fondurile europene, pentru a ajunge, mai apoi, la cum se obține finanțare de la Uniunea Europeană. În ceea ce privește cea din urmă întrebare, cursul pornește de la ideea că orice proiect se adresează unei nevoi. Prin urmare, o atenție deosebită este acordată pregătirii unui proiect, analizei situației și identificării nevoilor cu care se confruntă, într-un anumit moment, o organizație.

3.2. Structura cursului

1. Introducere. Proiecte și managementul proiectelor
2. Proiecte cu finanțare nerambursabilă
3. Argumente pro și contra accesării unei surse de finanțare nerambursabile
4. Politicile UE. Programe și fonduri de finanțare în cadrul UE
5. Politicile UE. Politica de coeziune și Politica de Redresare și Reziliență
6. Implementarea Politicii de coeziune în România
7. Programe operationale în România pentru perioada 2021–2027
8. Pregătirea scrierii unei cereri de finanțare (PCM)
9. Completarea unei cereri de finanțare
10. Evaluarea unui formular de candidatură

3.3. Bibliografie

Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene – Harta finanțării din fonduri europene – <https://mfe.gov.ro>

Raport evaluare AP Lotul 1 Evaluarea mecanismelor și capacității de implementare a Fondurilor ESI – Tema D - shorturl.at/cdI26

Acordul de Parteneriat 2021–2027 – <https://mfe.gov.ro/wp-content/uploads/2022/07/a98dd335c7aa337c8c780fe771596a32.pdf>

Acordul de Parteneriat 2014–2020 – <https://mfe.gov.ro/wp-content/uploads/2019/04/eff8523d8faf50405521cbafc54bd051.pdf>

Planul Național de Redresare și Reziliență al României – <https://mfe.gov.ro/pnrr-old/>

Programe finanțate în perioada 2014–2020 – <https://mfe.gov.ro/programe/>

Programe ce urmează a fi finanțate în perioada 2021–2027 – <https://mfe.gov.ro/minister/periode-de-programare/perioda-2021-2027/>

Resurse bibliografice suplimentare se găsesc și la finalul fiecărei unități de învățare din suportul de curs.

3.4. Modalitatea de verificare

Verificări și teme intermediare

Prezentarea unui pachet de documente de planificare a unei propuneri de proiect – în echipă – 30% din nota finală

Contribuție relevantă la seminarii și tutoriale – 20% din nota finală

Examen final

Completarea în echipă a rubricilor cererii de finanțare pentru POC/POCU/POR – 50% din nota finală.

Atenție!

Studentii vor completa următoarele rubrici din cererea de finanțare pentru Instrumente Structurale:

- obiectivul proiectului;
- contextul;
- activități previzionate;
- rezultate anticipate;
- beneficiari/grupuri țintă;
- necesitatea și cererea existentă.

Aceste rubrici trebuie completate în conformitate cu recomandările prezentate la seminariile online și față în față. Exercițiul de completare a formularului de candidatură se realizează în echipă, fiecare echipă fiind compusă din minim 4 și maxim 6 studenți.

Ideea de proiect trebuie să se încadreze într-un Program Operațional 2021–2027.

Pentru a obține cele 50 de puncte, studenții trebuie să trimită documentul, conținând rubricile completate din cererea de finanțare, pe platforma de e-learning. Documentul (în format WORD sau PDF) trebuie trimis DOAR de către unul dintre membrii echipei, însoțit de informația privind componența întregii echipe.

3.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	12.11.2022 ora 10:00 sala 325			
	19.11.2022 ora 10:00 sala 314			
Seminare online (pe platforma Webex)	11.10.2022 ora 18:30		11.10.2022 ora 20:00	
	18.10.2022 ora 18:30		18.10.2022 ora 20:00	
	01.11.2022 ora 18:30		01.11.2022 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	29.01.2023 Trimite referat	12.02.2023 Trimite referat	29.01.2023 Trimite referat	12.02.2023 Trimite referat



Coordonator de disciplină: lector univ. dr. ing. Carmen NOVAC

Statut: obligatorie

Număr de credite: 7

4.1. Cadrul general al cursului

Cursul își propune să familiarizeze studenții cu noțiuni care țin de partea socio-psihologică în managementul unei echipe de proiect. Cu toate că orientarea către munca în echipă a devenit un criteriu vital pentru orice organizație competitivă, practicile performante privind munca în echipe nu sunt implementate întotdeauna la nivelul solicitat de către companii. În consecință, organizațiile nu pot beneficia din plin de potențialul pe care o echipă îl poate aduce. Leadershipul unei echipe de proiect este un subiect de maximă actualitate în era digitalizării și redefinirii structurilor organizaționale.

Mediul organizațional în continuă schimbare solicită cunoștințe temeinice de leadership și managementul echipei de proiect. Astfel parcurgerea acestui curs asigură masteranzilor cunoștințe actualizate specifice cursului.

4.2. Structura cursului

Cursul 1. Gestionarea resurselor umane în organizațiile axate pe proiecte. Practicile de MRU pentru compania bazată pe proiecte. Impactul GDPR asupra MRU aplicat în organizațiile axate pe proiecte

Cursul 2. Formarea echipelor de proiect. Recrutare și selecție

Cursul 3. Comunicarea în echipa de proiect. Procesul de gestionare a comunicării

Cursul 4. Management, leadership și lideri. Teorii și modele de leadership

Cursul 5. Performanțele echipei de proiect.

Cursul 6. Centrele de evaluare. Dezvoltarea competențelor individuale. Competențele managerului de proiect

Cursul 7. Motivarea echipelor de proiect – un element important în cultura unei organizații

4.3. Bibliografie

Armstrong, Michael, *A handbook of personnel management practice*, London, Ed. Kogan Page, 2006.

Avolio, B.J., Bass, B.M., „Re-examing the components of transformational and transactional leadership using the Multifactor Leadership Questionnaire”, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, vol. 72, pp. 441-462, 1999.

Bass, B.M., Riggio, R.E., *Transformational Leadership*, London, Ed. Lawrence Erlbaum Associates, 2006.

- Billsberry, Jon, *Experiencing recruitment and selection*, United Kingdom, Ed. John Wiley & Sons, 2008.
- Brîndușoiu, Cătălina, Nicoleta, *Recrutarea și Selecția Angajaților*, București, Ed. ASE, 2012.
- Landy, F.J. & Conte, J.M., *Work in the 21st century – an introduction to industrial and organizational psychology*, 3rd edition, Ed. Wiley, 2010.
- Neculau, Adrian, (coordonatori), *Dinamica grupurilor, Texte de bază*, Iași, Ed. Polirom, 2001.
- Novac, C., *Managementul echipei de proiect. Un ghid teoretic și practic*, București, Ed. Tritonic, 2014.
- Novac, C., Bratanov, C.I., „The Impact of the Leadership Style on the Organizational Climate in a Public Entity”, *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, vol. 2(1), pp. 155-179, 2014.
- Novac, C., Mihalcea, A., „The relationship between leadership, organizational culture and managerial culture through LEAN strategy in a multinational company,” *Proceedings of International Academic Conference– Second Edition –STRATEGICA. Management, Finance, and Ethics*, Bucharest, Romania, October 2-3, pp. 349-370, 2014.
- Pitariu, H., *Proiectarea fișelor de post, evaluarea posturilor de muncă și a performanței – un ghid practic pentru manageri*, Ed. Irecson, 2006.
- Price, Alan, *Human Resource Management in a Business Context*, 3rd Edition, London, Ed. Thomson Learning, 2007.
- Spector, P., *Industrial and Organizational Psychology*, 5th edition, Ed. Wiley, 2009.
- Tarner, R.J., Simister, J.S., *Manualul Gower de Management de proiect*, București, Ed. Codex, 2004.
- Zlate, M., *Tratat de psihologie organizațional – managerială*, vol II, Iași, Ed. Polirom, 2007.

4.4. Modalitatea de verificare

Studentii pot obține un punctaj maxim de 100 de puncte (echivalentul notei 10), defalcat după cum urmează:

1. Evaluare intermediară (rezolvare studiu de caz – individual) – 30%
2. Realizare proiect de echipă – 70%

Participare la sesiunile de seminar – minim 50% prezență.



4.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	26.11.2022 ora 10:00 sala 314			
	10.12.2022 ora 10:00 sala 314			
Seminare online (pe platforma Zoom)	21.11.2022 ora 17:30		21.11.2022 ora 19:30	
	05.12.2022 ora 17:30		05.12.2022 ora 19:30	
	12.12.2022 ora 17:30		12.12.2022 ora 19:30	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	28.01.2023 Trimite referat	04.02.2023 Trimite referat	28.01.2023 Trimite referat	04.02.2023 Trimite referat





Anul II

Semestrul I

DISCIPLINE

- 1. Managementul riscului**
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat lector univ. dr. Sergiu STAN
- 2. Aplicații informatice pentru managementul proiectelor**
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat conf. univ. dr. Bogdan ABAZA
cadru didactic asociat drd. Sorin IONIȚESCU
- 3. Monitorizare și indicatori de performanță**
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat dr. Irina LONEAN
- 4. Pregătirea și implementarea proiectelor de cercetare**
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat prof. univ. dr. Adrian CURAJ
cadru didactic asociat Mircea POPESCU

Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat lector univ. dr. Sergiu STAN
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	8

1.1. Cadrul general al cursului

Toate activitățile umane cuprind prin natura lor în mod implicit (sau explicit) o componentă legate de risc. Fie că ne dorim sau nu, riscul este un partener inevitabil în aspectele cotidiene ale vieții și mai ales în cadrul unor procese cu grad ridicat de complexitate (așa cum sunt proiectele). Și cum evitarea riscurilor este posibilă numai în anumite situații particulare, atunci principala preocupare a managerilor de risc este de a reduce incidența acestora (pe scala probabilităților) respectiv a potențialelor efecte negative generate de materializarea acestor riscuri (sau altfel spus – impactul proiectelor).

Scopul cursului Managementul Riscurilor este de a familiariza masteranzii cu teoriile fundamentale ale riscurilor, de a putea cunoaște modalitățile și criteriile de clasificare a riscurilor și nu în ultimul rând de a evidenția strategiile și tehnicile de gestionare a riscurilor.

1.2. Structura cursului

1. Decizie și eficiență managerială
2. Elemente fundamentale ale teoriei deciziei
3. De la decizie la acțiune. Elemente fundamentale de logică a acțiunii
4. Sisteme suport de asistare a deciziei manageriale
5. Decizia managerială în societatea supusă globalizării
6. Teoria generală a riscurilor
7. Riscuri interne și riscuri externe organizațiilor
8. Psihologia riscurilor
9. Managementul conflictelor
10. Managementul riscurilor în proiecte

1.3. Bibliografie

Bibliografia se găsește la finalul suportului de curs.



1.4. Modalitatea de verificare

Studentii pot obține un punctaj maxim de 100 de puncte (echivalentul notei 10), defalcat după cum urmează:

1. Participare la sesiunile de seminar – 20%

Se va puncta maxim participarea activă în cadrul sesiunilor de seminar

2. Evaluare intermediară – 20%

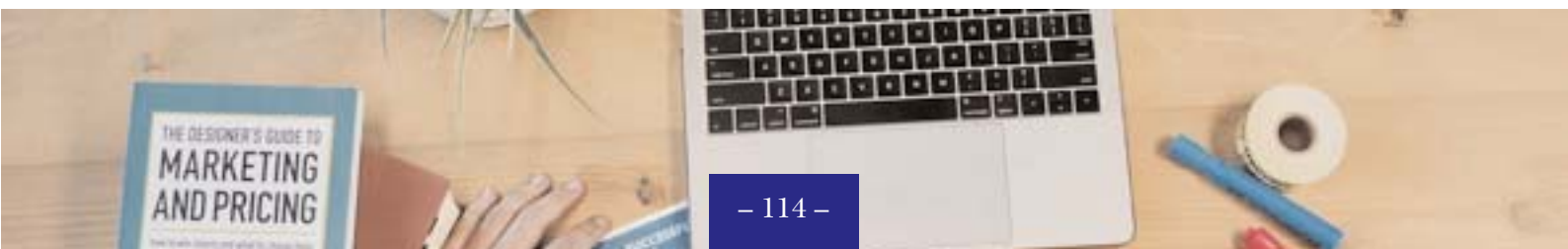
Se va evalua și puncta în mod corespunzător forma intermediară a planului metodologic de gestionare a riscurilor (realizat în echipe de proiect)

3. Realizare dosar proiect – 60%

Se va puncta forma finală a planului metodologic de gestionare a riscurilor (realizat în echipe de proiect).

1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	26.11.2022 ora 10:00 sala 316			
	03.12.2022 ora 10:00 sala 316			
Seminare online (pe platforma Webex)	15.11.2022 ora 20:00		16.11.2022 ora 20:00	
	22.11.2022 ora 20:00		23.11.2022 ora 20:00	
	06.12.2022 ora 20:00		07.12.2022 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	28.01.2023 Trimite referat	05.02.2023 Trimite referat	28.01.2023 Trimite referat	05.02.2023 Trimite referat



Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat conf. univ. dr. Bogdan ABAZA cadru didactic asociat drd. Sorin IONIȚESCU
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	7

2.1. Cadrul general al cursului

Companiile și instituțiile performante sunt puse în situația să inițieze, să planifice, să propună și să deruleze proiecte. În prezent, managementul proiectelor presupune folosirea de soluții informatice dedicate ce joacă un rol esențial în vederea asigurării sau câștigării de piețe, creșterii profitului, reducerii costurilor, creșterii calității produselor și serviciilor precum și a accesării programelor de finanțare naționale și internaționale pe bază de proiecte.

Aplicațiile informatice pentru managementul proiectelor asistă și ajută managerii pentru aplicarea cunoștințelor și tehnicilor specifice de management de proiect asupra activităților proiectelor în vederea îndeplinirii cu succes a obiectivelor propuse.

Microsoft Project se situează printre principalele aplicații informatice folosite la managementul proiectelor, prin intermediul căreia se pot parcurge toate etapele managementului unui proiect: planificarea, urmărirea și controlul, închiderea proiectului.

Obiectivele generale ale cursului

Cursul vizează formarea de specialiști capabili să realizeze managementul proiectelor, asistați de aplicații informatice specializate pentru managementul proiectelor.

Obiectivele specifice ale cursului

Dobândirea de abilități și deprinderi privind managementul unui proiect folosind o aplicație informatică – *Microsoft Project*.

2.2. Structura cursului

1. Concepte specifice managementului proiectelor asistat de calculator
2. Aplicații software folosite la managementul de proiect
3. Introducere în Microsoft Project
4. Etapele planificării unui proiect. Definirea proiectului
5. Planificarea activităților 1
6. Planificarea activităților 2
7. Planificarea activităților 3
8. Planificarea resurselor proiectului
9. Planificarea costurilor
10. Optimizarea planificării
11. Monitorizarea și controlul proiectului

2.3. Bibliografie

Bibliografia se găsește la finalul fiecărei unități de învățare din suportul de curs.

2.4. Modalitatea de verificare

Studentii pot obține un punctaj maxim de 100 de puncte (echivalentul notei 10), defalcat după cum urmează:

Evaluarea cunoștințelor la această disciplină se va realiza prin parcurgerea a 2 etape:

1. **Intervenții online la subiect.** Se va obține punctajul PO = 0...30
2. **Realizarea unui părți practice** obligatorii ce constă în planificarea unui proiect în MS Project. Se va obține punctajul PP = 0...70

Nota finală se va obține conform formulei $NF = (PO + PP)/10$

Atenție: nu se poate încheia situația la această disciplină fără realizarea și predarea părții practice realizate numai în MS Project.

Realizarea unui părți practice ce constă în planificarea unui proiect în MS Project.

Pentru o temă de proiect stabilită de comun acord profesor-student se va realiza planificarea proiectului în MS Project parcurgându-se etapele prezentate pe parcursul cursului de față.

Cerințele minime ale proiectului realizat în MS Project:

- Minim 60 de activități pe proiect.
- Minim 5 etape (faze, pachete de lucru).
- Unitatea monetară să fie EURO.
- Să aibă calendarul de lucru standard adaptat unui calendar de lucru tipic românesc (8h lucrătoare pe zi, sărbători românești definite etc.)
- Să conțină relații de dependență între activități din cele 4 tipuri (F-S, S-S, F-F, S-F).
- Să aibă definite cel puțin 2 tipuri de constrângeri pentru activități.
- Să aibă definite minim 5 resurse umane, 5 resurse de tip echipament și 5 resurse materiale. Toate resursele trebuie să fie alocate pe activități.
- Să aibă definite costurile pe resurse.
- Să nu aibă resurse supra-locate.
- Planificarea trebuie să fie unică (să nu mai existe la alt coleg).



2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	12.11.2022 ora 10:00 sala 316			
	19.11.2022 ora 10:00 sala 316			
Seminare online (pe platforma Webex)	27.10.2022 ora 18:30		27.10.2022 ora 20:00	
	03.11.2022 ora 18:30		03.11.2022 ora 20:00	
	10.11.2022 ora 18:30		10.11.2022 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	22.01.2023 Trimite referat	11.02.2023 Trimite referat	22.01.2023 Trimite referat	11.02.2023 Trimite referat



Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat dr. Irina LONEAN

Statut: obligatorie

Număr de credite: 7

3.1. Cadrul general al cursului

Scopul acestui curs este de a prezenta principalele etape ale construcției unui sistem de monitorizare și evaluare (M&E): planificare, colectarea datelor, analiza datelor și utilizarea acestora pentru luarea deciziilor. Sistemele de M&E sunt utilizate pentru urmărirea progresului proiectelor, programelor, planurilor și strategiilor. Indicatorii de performanță sunt principalele instrumente de măsurare cantitative și calitative, utilizate pentru urmărirea și evaluarea performanței, iar capacitatea de a stabili indicatori adecvați, de a analiza și de a comunica datele colectate este o competență esențială atât pentru managerii, cât și pentru specialiștii din domeniul M&E.

După parcurgerea acestui curs, studenții vor fi capabili să identifice și să construiască o legătură logică între nevoi și rezultate, activitățile și resursele implicate, dependențele dintre ele în cadrul unui proiect sau program.

De asemenea, studenții vor putea să dezvolte un sistem de monitorizare și indicatori prin care să se identifice/ cuantifice corect progresul către obținerea rezultatelor și să utilizeze monitorizarea pentru a raporta în mod coerent performanțele și progresul și pentru a lua decizii bazate pe dovezi.

Totodată, vor putea să identifice și să utilizeze metode eficiente pentru analizarea datelor din monitorizare/evaluare și pentru comunicarea rezultatelor analizei către diferiți stakeholderi, să identifice și să corecteze deficiențe în diferite procese și sistemele de monitorizare.

La finalul cursului, studenții vor fi familiarizați cu metodele și tehnicile necesare pentru dezvoltarea și îmbunătățirea monitorizării proiectelor și programelor în care sunt implicați.

Nu în ultimul rând, studenții vor dobândi cunoștințe cu privire la diferite sisteme de colectare și agregare a datelor.

Activitățile de curs se vor desfășura interactiv, pe bază de exemple practice și studii de caz concrete.

1. Monitorizare și evaluare (M&E) – noțiuni introductive
 - Rolul M&E în ciclul de program/proiect
 - Elemente de bază privind M&E
 - Abordarea orientată către rezultate: realizări, rezultate, impact
 - Orientarea către rezultate și managementul bazat pe rezultate (RBM)
2. Cadrul rezultatelor și teoria schimbării
 - Dezvoltarea modelelor logice
 - Lanțul rezultatelor
 - Modelul cauză-efect
 - Teoria schimbării
 - Diferența dintre matricea logică și teoria schimbării
 - Utilizarea teoriei schimbării
 - Dezvoltarea unei teorii a schimbării
3. Definirea sistemului de monitorizare și evaluare
 - Definirea obiectivelor și rezultatelor
 - Selectarea indicatorilor
 - Asigurarea legăturilor dintre indicatori și rezultate
4. Indicatori
 - Definiția indicatorilor
 - Tipuri de indicatori
 - Calitatea indicatorilor
 - Valori de bază și ținte (metode de estimare)
5. Țintele indicatorilor
 - Metode de stabilire a țăntelor indicatorilor
 - Stabilirea valorii de bază a indicatorilor – condiție pentru finalizarea sistemului de monitorizare și evaluare
6. Colectarea și analiza datelor
 - Surse de date
 - Metode de colectare a datelor
 - Validarea datelor
 - Analiza calității datelor
 - Asigurarea calității datelor
 - Procesarea și analiza datelor
7. Definirea Planului de Monitorizare și evaluare (M&E)
 - Importanța unui plan de M&E
 - Componentele unui plan de M&E
 - Diferența între Planul și Sistemul de M&E
 - Elaborarea unui plan M&E
8. Realizarea evaluărilor de performanță și impact
 - Criterii de evaluare
 - Evaluări bazate pe teorie și evaluări contractuale
 - Mixul de metode de evaluare
 - Procesul de evaluare

9. Implementarea sistemelor de monitorizare și evaluare la nivelul organizației
 - Studiu de caz
 Implementarea sistemelor de monitorizare și evaluare la nivelul unui proiect de anvergură
 - Studiu de caz
10. Utilizarea monitorizării și evaluării în luarea deciziei
 - Decizii bazate pe dovezi
 - Prezentarea dovezilor către decidenți
 - Utilizarea dovezilor din monitorizare pentru evaluare

3.3. Bibliografie

- Sandra BRIGGS, Baiba PETERSTONE și Karlis SMITS, *Manual de metode folosite în planificarea politicilor publice și evaluarea impactului*, 2006. Document realizat prin proiect PHARE RO 2003/IB/OT/10 “Consolidarea capacității Guvernului României de a gestiona și coordona politicile publice și procesul decizional”, disponibil la: <http://sgg.gov.ro/docs/File/UPP/doc/manual-metode-impact.pdf>
- Comisia Europeană, *Ghid indicative privind metodele de evaluare: indicatori de monitorizare și evaluare / Indicative guidelines on evaluation methods: monitoring and evaluation indicators*, 2006, disponibil la: https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/cocof/2006/cocof_06_0010_00_en.pdf
- Comisia Europeană, *Monitorizarea și evaluarea politicii europene de coeziune. Fondul Social European. Document de ghidare / Monitoring and Evaluation of the European Cohesion Policy. European Social Fund. Guidance document*, 2018, disponibil la: <https://ec.europa.eu/sfc/en/system/files/ged/ESF%20monitoring%20and%20evaluation%20guidance.pdf>
- Guvernul României, *Ghid de Monitorizare și Evaluare*, 2009, disponibil la: http://www.sgg.ro/docs/File/UPP/doc/GHID_DE_MONITORIZARE_SI_EVALUARE_FINAL.pdf
- OECD, *Setarea performanțelor și măsurarea progresului / Benchmarking performance and measuring progress*, disponibil la: <http://www.oecd.org/investment/toolkit/measuringprogress/41435024.pdf>
- Patricia ROGERS pentru UNICEF, *Teoria Schimbării / Theory of Change*, 2014, disponibil la: https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/brief_2_theoryofchange_eng.pdf
- UNICEF, *Manualul Managementului Bazat pe Performanță / Result Based Management Handbook*, 2017, disponibil la: <https://www.unicef.org/rosa/media/10356/file>
- Banca de indicatori privind dreptul la educație: <https://www.right-to-education.org/monitoring/tool>
- Resurse bibliografice suplimentare se găsesc și la finalul fiecărei unități de învățare din suportul de curs.

3.4. Modalitatea de verificare

Studentii pot obține un punctaj maxim de 100 de puncte (echivalentul notei 10), defalcat după cum urmează:

1. Participare la sesiunile de seminar – 20%

Prezența la întâlnirile cu profesorul va fi punctată și luată în considerare la calculul mediei finale. Seminariile se vor desfășura în mod interactiv, studenții având posibilitatea să se implice în discuții și rezolvarea exercițiilor propuse.

2. Evaluare intermediară – 20%

Evaluarea intermediară se va desfășura sub forma unei teme, pe care studenții o vor rezolva și încărca pe platforma de e-learning. Instrucțiunile privind realizarea temei vor fi postate pe platforma de e-learning în timp util.

3. Evaluare finală – 60%

Evaluarea finală se va desfășura sub forma unor studii de caz, pe care studenții le vor rezolva și încărca pe platforma de e-learning. Instrucțiunile privind analiza și rezolvarea cerințelor referitoare la studiile de caz vor fi postate pe platforma de e-learning în timp util.

3.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	10.12.2022 ora 10:00 sala 325			
	14.01.2023 ora 10:00 sala 325			
Seminare online (pe platforma Webex)	28.11.2022 ora 19:00		28.11.2022 ora 20:30	
	12.12.2022 ora 19:00		12.12.2022 ora 20:30	
	09.01.2023 ora 19:00		09.01.2023 ora 20:30	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	04.02.2023 Trimite referat	12.02.2023 Trimite referat	04.02.2023 Trimite referat	12.02.2023 Trimite referat

PREGĂTIREA ȘI IMPLEMENTAREA PROIECTELOR DE CERCETARE

Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat prof. univ. dr. Adrian CURAJ cadru didactic asociat Mircea POPESCU
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	8

4.1. Cadrul general al cursului

Obiective generale ale cursului

- să ofere o imagine de ansamblu asupra surselor de finanțare pentru domeniul cercetării
- să structureze cunoștințele studenților în legătură cu politicile europene în domeniul cercetării, inovării și competitivității și cu politica națională în domeniu
- să ofere studenților metode și tehnici de finanțarea unui proiect de cercetare
- să evidențieze particularitățile unui proiect de cercetare din punctul de vedere al: pregătirii proiectului, obținerii finanțării, implementarea proiectului.

Obiective specifice ale cursului

- să ofere studenților abilități și competențe pentru pregătirea unui proiect de cercetare
- să ofere studenților abilități și competențe pentru identificarea corectă a posibilităților de finanțare ale unui proiect de cercetare
- să ofere studenților abilități și competențe pentru pregătirea dosarului de finanțare pentru un proiect de cercetare;
- să încurajeze studenții să aplice pentru obținerea unui grant de cercetare (grant pentru un proiect de cercetare personal sau grant pentru instituția în care lucrează).

4.2. Structura cursului

1. Cercetarea științifică. Definiții. Noțiuni introductive. Principii generale. Valorificarea rezultatelor cercetării științifice.
2. Inovarea. Definiții. Creativitate și inovare. Inovare și antreprenoriat. Maturitatea tehnologică în inovare: nivel și măsurare.
3. Piața specifică a proiectelor de cercetare. Clienții și piața țintă. Strategia de vânzare. Bariere. Riscurile specifice ale proiectului de cercetare.
4. Planificarea proiectelor de cercetare.
5. Finanțarea proiectelor de cercetare. Finanțarea publică și privată. Structuri de asistență științifică și tehnologică (infrastructuri de cercetare și inovare).
6. Eficiența proiectelor de cercetare. Indicatorii de progres și indicatorii de realizare ai proiectului. Proiecțiile financiare ale planului de valorificare. Evaluarea, compararea și ierarhizarea proiectelor de cercetare.
7. Elaborarea documentațiilor pentru obținerea finanțării proiectelor de cercetare. Planul de afaceri.

4.3. Bibliografie

- Ștrenc, C.A. și Popescu, M. (2011) *Valorificarea rezultatelor cercetării din universități. Proprietatea intelectuală și planul de afaceri*. UEFISCDI, București.
- Isoc, Dorin (2007) *Managementul proiectelor de cercetare. Ghid practic*, Cluj-Napoca: Risoprint.
- McCarthy, S, (2007) *Cum să scrii o propunere competitivă pentru Programul Cadru 7*, suport de curs, www.rarma.ro/fp7
- Curaj, A. și alții (2003) *Practica managementului proiectelor*, București: Editura Economică.
- *** (2019) *Reference framework for assessing the scientific and socio-economic impact of research infrastructures*. Oecd Science, Technology and Industry Policy Papers, March 2019, No. 65, p. 10-11.
- *** (2015) *Frascati Manual: Guidelines for Collecting and Reporting Data on Research and Experimental Development, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*. OECD Publishing, Paris.
- *** (2005) *Oslo Manual – Guidelines for Collecting And Interpreting Innovation Data*. European Commission, Bruxelles.
- *** (2004) *Project Cycle Management Guidelines*, European Commission.
- *** (2003) *A Guide to Project Management Body of Knowledge*, Project Management Institute, 2003 (3rd Edition).

4.4. Modalitatea de verificare

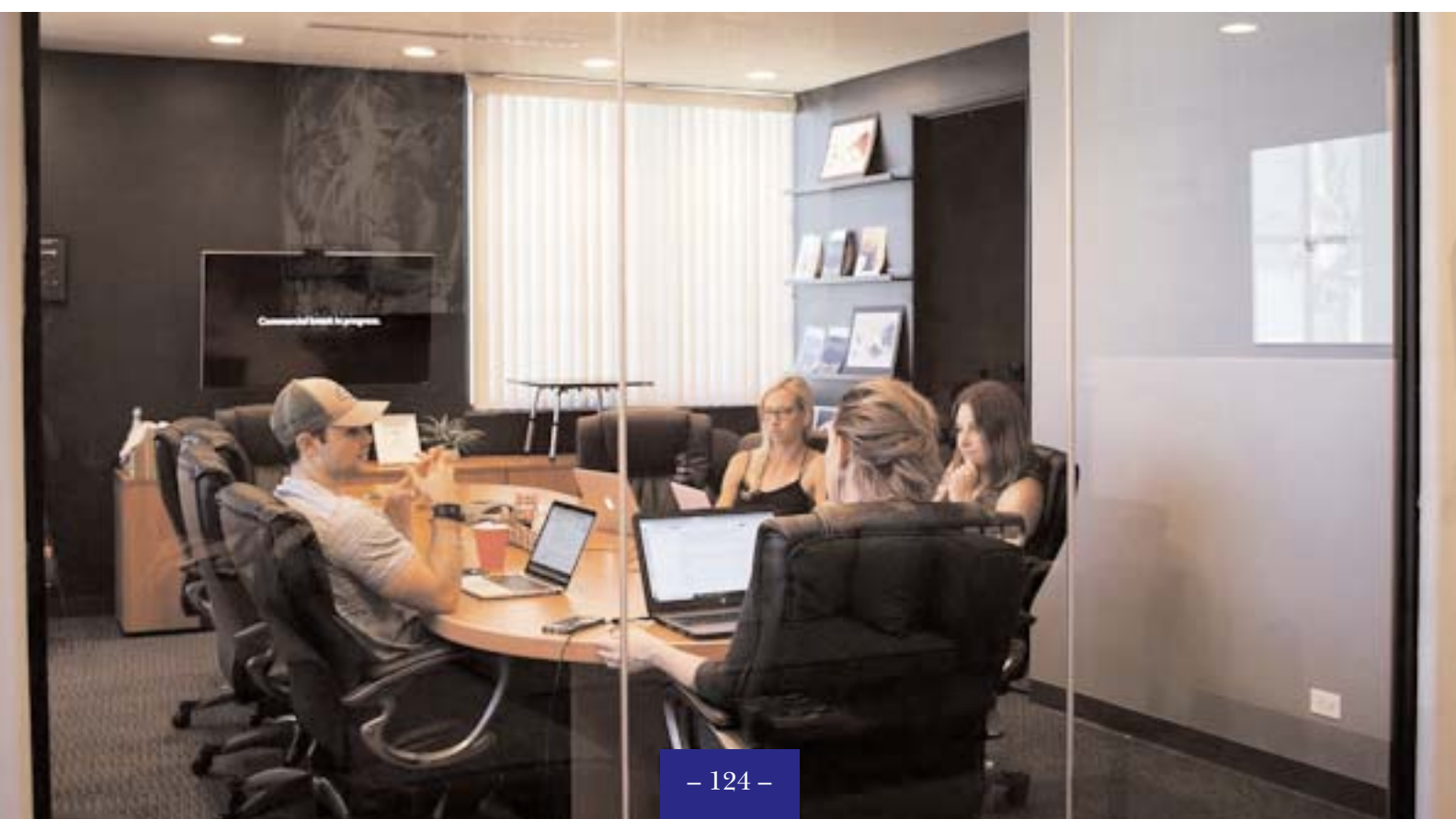
Studentii pot obține un punctaj maxim de 100 de puncte (echivalentul notei 10), defalcat după cum urmează:

- 1. Participare la sesiunile de seminar – 30%**
Procentul maxim se acordă pentru o prezență de cel puțin 75% la orele alocate pentru materie.
- 2. Evaluare intermediară – 20%**
Procentul maxim va fi acordat pentru intervențiile legate de prezentarea evoluției dosarului de proiect și pentru demonstrarea înțelegerii și utilizării corecte a noțiunilor specifice materiei.
- 3. Realizare dosar proiect – 50%**
Procentul maxim va fi acordat pentru realizarea dosarului de proiect conform conținutului solicitat, pentru logica abordării subiectului și pentru calitatea motivării soluțiilor propuse.



4.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	22.10.2022 ora 10:00 sala 510			
	29.10.2022 ora 10:00 sala 314			
Seminare online (pe platforma Webex)	12.10.2022 ora 18:30		12.10.2022 ora 20:00	
	19.10.2022 ora 18:30		19.10.2022 ora 20:00	
	26.10.2022 ora 18:30		26.10.2022 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	21.01.2023 Trimite referat	29.01.2023 Trimite referat	21.01.2023 Trimite referat	29.01.2023 Trimite referat



II. Bibliografie

– recomandări de utilizare –



Bibliografie – recomandări de utilizare

Bibliografia cuprinde cărți de referință, studii și articole din volume și reviste științifice, esențiale pentru aprofundarea domeniului fiecărei discipline. De regulă, sunt lucrări în limba română, selectate dintre aparițiile ultimilor ani.

În mod obișnuit, titlurile bibliografice sunt indicate la sfârșitul fiecărui capitol (temă de curs). În acest mod poate fi consultată:

- bibliografia obligatorie, necesară pentru completarea informației din curs;
- bibliografia suplimentară, utilă pentru dezvoltarea și înțelegerea mai bună a unor idei, concepte, teorii etc.

În acest mod concret, bibliografia este necesară pentru:

- familiarizarea cu limbajul și specificul unui text științific;
- pregătirea referatelor solicitate de către titularii de disciplină drept forme de evaluare;
- pregătirea de ansamblu pentru examenul (verificarea) cu care se finalizează fiecare disciplină.

Studentii Facultății de Comunicare și Relații Publice au accesul garantat, pe baza carnetului de student, la Biblioteca SNSPA.



III. Accesarea paginii de Internet



Accesarea paginii de Internet

Site-ul Facultății de Comunicare și Relații Publice, care poate fi accesat la adresa www.comunicare.ro, încorporează, pe lângă secțiunile necesare pentru informare studenților dar și alor vizitatori interesați de programele de studii ale facultății: FCRP: Studii, Admitere, Cercetare, Internațional, Comunitate, și o zonă privată (Campus).

The image shows a banner for the University Year 2022-2023. The banner is dark with a network-like pattern of white dots and lines. The text on the banner is: **ANUL UNIVERSITAR** (in red), **2022-2023** (in white), **festivitatea de deschidere** (in blue) **3 octombrie** (in white), and **săptămâna de orientare** (in blue) **3-7 octombrie** (in white). Below the banner is a collage of three posters. The first poster is titled 'Programul activităților din perioada 03.10-07.10.2022' and lists 'PROGRAMUL ACTIVITĂȚILOR din perioada 03.10-07.10.2022' with three bullet points: 'deschiderea anului universitar', 'oportunități profesionale', and 'întâlniri de cunoaștere'. The second poster is titled 'Platforma resurse.snspa.ro este funcțională aici' and shows a laptop with the URL 'RESURSE.SNSPA.RO' on the screen. The third poster is titled 'ALTE' and lists several events: 'În atenția studenților anului I universitar și master', 'ADMITERE septembrie 2022 MASTER - Rezultatele contestațiilor la concursul de admitere', 'ADMITERE septembrie 2022 MASTER IF și IFR - Rezultatele concursului de admitere la FCRP', 'Admitere Master în Comunicare Digitală și Inovare cu predare în limba engleză', and 'Concurs de admitere la studii universitare de masterat - sesiunea septembrie 2022'.

Zona privată aflată în **Campusul virtual** este destinată numai studenților facultății.

Accesarea Campusului virtual se face cu Nume utilizator (user), primit în linkul inițial de activare a Campusului și Parola setată de dvs la activarea Campusului virtual.

Activarea Campusului virtual se face la începutul anului I, la prima accesare a Campusului virtual, astfel:

- click pe Recuperare parolă unde, pe baza CNP-ului, primiți linkul de activare și autentificare în Campus pe adresa de email folosită la admitere;
- în linkul de autentificare primiți user (va fi Numele de utilizator al dvs. pentru accesarea ulterioară a Campusului) și un link prin care vă setați propria parolă pentru Campus.

Observație

Studenții promoțiilor mai vechi care nu și-au activat niciodată Campusul vor primi datele necesare activării acestuia pe adresa instituțională pe care o solicită la secretariat (de exemplu studenții care sunt reinmatriculați sau cei care își susțin doar lucrarea de absolvire).

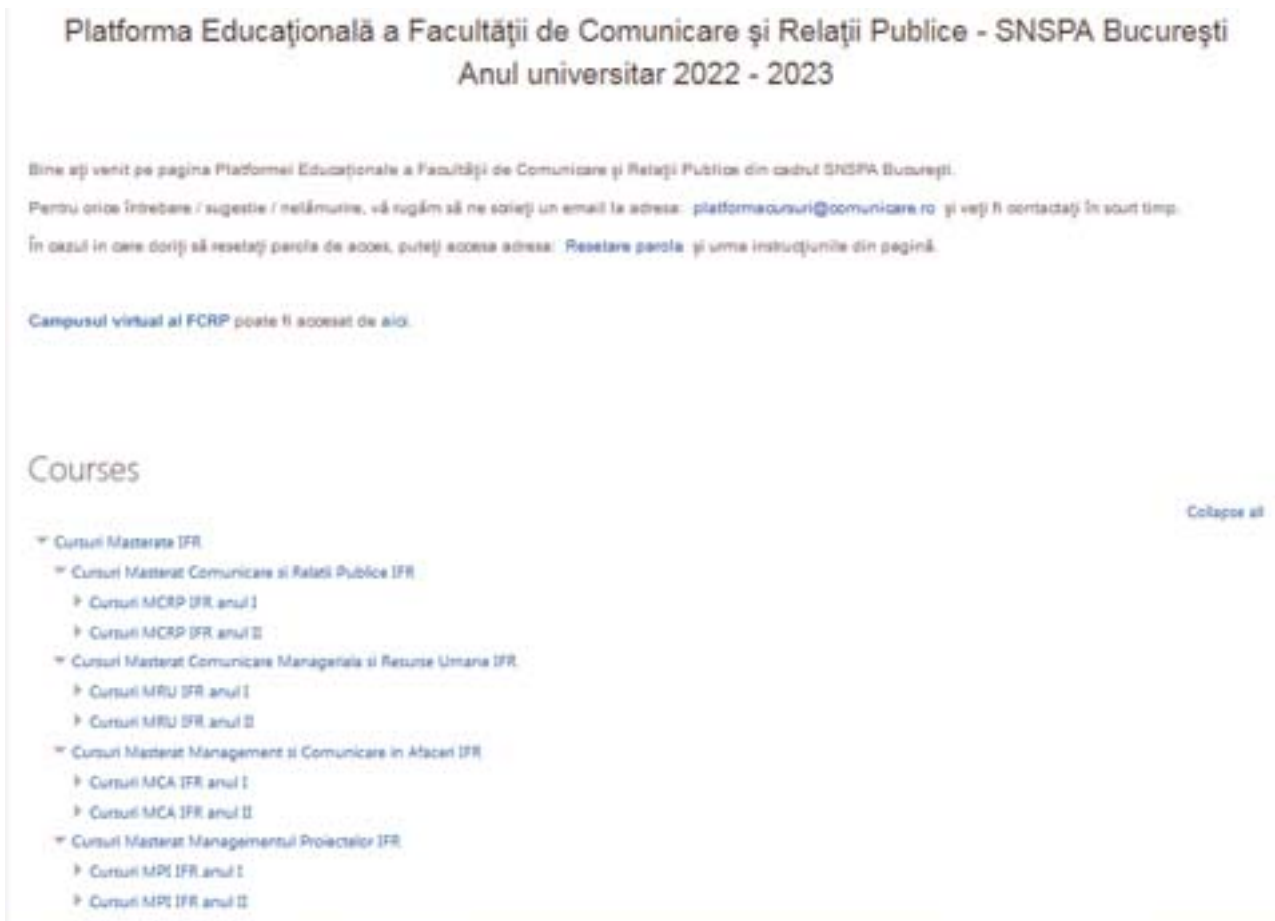
Platforma de e-learning

Platforma Moodle online a FCRP este accesibilă la adresa <http://moodle.comunicare.ro>. Accesul pe această platformă le este permis doar studenților de la masteratele IFR, accesul fiind permis pe baza de username și parolă primite pe adresa de e-mail instituțională a fiecărui student.

Pe platforma de e-learning <http://moodle.comunicare.ro> veți avea acces la:

- prezentările disciplinelor și materialele de studiu;
- materialele de suport de cursuri adaptate IFR;
- calendarul activităților didactice;
- forumuri de întrebări și anunțuri;
- activități de lucru, teme etc.

Pentru orice întrebare/sugestie/nelămurire, vă rugăm să scrieți un email la adresa: platformacursuri@comunicare.ro și veți fi contactați în scurt timp.



Platforma Educațională a Facultății de Comunicare și Relații Publice - SNSPA București
Anul universitar 2022 - 2023

Bine ați venit pe pagina Platformei Educaționale a Facultății de Comunicare și Relații Publice din cadrul SNSPA București.

Pentru orice întrebare / sugestie / nelămurire, vă rugăm să ne scrieți un email la adresa: platformacursuri@comunicare.ro și veți fi contactați în scurt timp.

În cazul în care doriți să resetați parola de acces, puteți accesa adresa: [Resetare parola](#) și urma instrucțiunile din pagină.

Campusul virtual al FCRP poate fi accesat de aici.

Courses

[Colapsați al](#)

- ▼ Cursuri Masterate IFR
 - ▼ Cursuri Masterat Comunicare și Relații Publice IFR
 - ▶ Cursuri MCRP IFR anul I
 - ▶ Cursuri MCRP IFR anul II
 - ▼ Cursuri Masterat Comunicare Managerială și Resurse Umane IFR
 - ▶ Cursuri MRU IFR anul I
 - ▶ Cursuri MRU IFR anul II
 - ▼ Cursuri Masterat Management și Comunicare în Afaceri IFR
 - ▶ Cursuri MCA IFR anul I
 - ▶ Cursuri MCA IFR anul II
 - ▼ Cursuri Masterat Managementul Proiectelor IFR
 - ▶ Cursuri MPI IFR anul I
 - ▶ Cursuri MPI IFR anul II

Adresa de email instituțională a studenților

Toți studenții FCRP (la programele universitare de licență și de masterat) au adrese de e-mail instituționale de student în interiorul Campusului virtual.

Adresa dvs instituțională este de tip xxxxx@student.comunicare.ro, pe care o accesați folosind serviciul Gmail, cu parola inițială scrisă în Campusul dvs., pe care va trebui să o schimbați la prima logare și puteți să vă setați Recovery mail (mailul de recuperare parolă).

În cazul în care uitați parola pe care v-ați setat-o, puteți folosi funcția “Ați uitat parola?” și veți primi un cod de confirmare pe adresa de email pe care ați folosit-o la admitere sau ați setat-o la Recovery mail.

Dacă aveți probleme cu accesarea adresei dvs. instituționale, vă rugăm să scrieți la adresa de email suport@student.comunicare.ro, menționând numele, anul și forma de învățământ pe care o urmați.

IV. ANEXE



ANEXA 1

STRUCTURA ANULUI UNIVERSITAR 2022–2023 Studii universitare licență anii I, II și master anul I

Semestrul I

săpt.

1	3 – 7 octombrie	Activitate didactică
2	10 – 14 octombrie	– “ –
3	17 – 21 octombrie	– “ –
4	24 – 28 octombrie	– “ –
5	31 octombrie – 4 noiembrie	– “ –
6	7 – 11 noiembrie	– “ –
7	14 – 18 noiembrie	– “ –
8	21 – 25 noiembrie	– “ –
9	28 noiembrie – 2 decembrie	– “ –
10	5 – 9 decembrie	– “ –
11	12 – 16 decembrie	– “ –
12	19 – 23 decembrie	– “ –
	24 decembrie – 8 ianuarie	Vacanța de Iarnă
13	9 – 13 ianuarie	Activitate didactică
14	16 – 20 ianuarie	– “ –
	21 ianuarie – 12 februarie	Sesiune de examene
	13 – 19 februarie	Vacanță/Examene de finalizare a studiilor



Semestrul II

săpt.

1	20 – 24 februarie	Activitate didactică
2	27 februarie – 3 martie	– “ –
3	6 – 10 martie	– “ –
4	13 – 17 martie	– “ –
5	20 – 24 martie	– “ –
6	27 – 31 martie	– “ –
7	3 – 7 aprilie	– “ –
8	10 – 14 aprilie	Activitate didactică
	17 – 23 aprilie	Vacanță de Primăvară
9	24 – 28 aprilie	Activitate didactică
10	1 – 5 mai	– “ –
11	8 – 12 mai	– “ –
12	15 – 19 mai	– “ –
13	22 – 26 mai	– “ –
14	29 mai – 2 iunie	– “ –
	5 – 25 iunie	Sesiune examene
	Practica se va include în planul de învățământ al semestrului	
	1 – 20 septembrie	Sesiune restante și reexaminări



Semestrul I

săpt.

1	3 – 7 octombrie	Activitate didactică
2	10 – 14 octombrie	– “ –
3	17 – 21 octombrie	– “ –
4	24 – 28 octombrie	– “ –
5	31 octombrie – 4 noiembrie	– “ –
6	7 – 11 noiembrie	– “ –
7	14 – 18 noiembrie	– “ –
8	21 – 25 noiembrie	– “ –
9	28 noiembrie – 2 decembrie	– “ –
10	5 – 9 decembrie	– “ –
11	12 – 16 decembrie	– “ –
12	19 – 23 decembrie	– “ –
	24 decembrie – 8 ianuarie	Vacanța de Iarnă
13	9 – 13 ianuarie	Activitate didactică
14	16 – 20 ianuarie	– “ –
	21 ianuarie – 12 februarie	Sesiune de examene
	13 – 19 februarie	Vacanță/Examene de finalizare a studiilor



Semestrul II

săpt.

1	20 – 24 februarie	Activitate didactică
2	27 februarie – 3 martie	– “ –
3	6 – 10 martie	– “ –
4	13 – 17 martie	– “ –
5	20 – 24 martie	– “ –
6	27 – 31 martie	– “ –
7	3 – 7 aprilie	– “ –
8	10 – 14 aprilie	Activitate didactică
	17 – 23 aprilie	Vacanță de Primăvară
9	24 – 28 aprilie	Activitate didactică
10	1– 5 mai	– “ –
11	8 – 12 mai	– “ –
12	15 – 19 mai	– “ –
13	22 – 26 mai	– “ –
14	29 mai – 2 iunie	– “ –
	5– 25 iunie	Sesiune examene/restanțe/reexaminări
	Practica se va include în planul de învățământ al semestrului	
	26 iunie – 9 iulie	Examene de finalizare a studiilor



ANEXA 2

Programul de lucru cu studenții al Secretariatului IFR în semestrul I se va desfășura conform următorului program*:

LUNI	11.00-13.00
MARȚI	11.00-13.00
MIERCURI	11.00-13.00
JOI	11.00-13.00
VINERI	11.00-13.00

* Acest program este valabil pe parcursul întregului an universitar, cu excepția vacanțelor și a sărbătorilor legale.

Adrese de e-mail:

- **MCRP, MRU** – madalina.ion@comunicare.ro
- **MCA, MP** – diana.ceusan@comunicare.ro

Telefon: 0372 249 769



Biblioteca SNSPA

Bd. Expoziției nr. 30A

Biblioteca SNSPA este deschisă pentru public, de luni până vineri, între orele 9,30-16,00.

Biblioteca SNSPA pune la dispoziția studenților și cadrelor didactice următoarele servicii:

- eliberare/vizare permis de bibliotecă pe baza datelor transmise prin e-mail la adresa biblioteca@snspa.ro sau a datelor introduse în sistemul integrat de bibliotecă, la adresa <http://biblioteca.snspa.ro/liberty/libraryHome.do?SAMLResponse=&clientAlias=&time=&digest=&corporationAlias=SNSPA>, butonul Înregistrare;
- acces mobil la bazele de date științifice prin consorțiul ANELIS PLUS (ProQuest Central, Science Direct,, Wiley Journals, SpringerLink Journals, Web of Science - Clarivate Analytics, de Gruyter Books, CAB books, Cambridge Journals, EBSCO, SCOPUS) și la baza de date JSTOR. Ghidul pentru accesul mobil este disponibil pe site-ul SNSPA la rubrica Biblioteca, la adresa http://snspa.ro/wp-content/uploads/2021/04/Ghid_acces_baze-de-date-SNSPA_aprilie2021.pdf;
- consultarea catalogului online al Bibliotecii SNSPA, pe pagina WWW a SNSPA, rubrica Biblioteca, la adresa <http://biblioteca.snspa.ro/liberty/libraryHome.do?SAMLResponse=&clientAlias=&time=&digest=&corporationAlias=SNSPA>;
- împrumutul publicațiilor acasă;
- consultarea eLibrary@SNSPA cu acces liber la textul integral al unor cărți publicate de către cadrele didactice ale universității la editurile Comunicare.ro și Tritonic, la adresa <http://elibrary.snspa.ro/>;
- referințe online, la cerere, la adresa biblioteca@snspa.ro (răspunsuri la orice probleme legate de informare și documentare pentru cursuri, seminarii, pentru procesul de învățare și cercetare);
- pagina Facebook a Bibliotecii SNSPA cu diverse informații cu privire la resurse electronice full-text disponibile online, despre webinare organizate de furnizorii bazelor de date;
- pagina Facebook a Centrului de Documentare Europeană SNSPA;
- semnare fișe de lichidare
- primire teze de doctorat.

În plus, pentru cadrele didactice se asigură, la cerere, scanarea unor pagini (capitole, subcapitole, articole) din cărțile incluse în bibliografia cursurilor sau din alte publicații utilizate în procesul educațional.

La cerere, pot fi furnizate bibliografiile pe anumite teme, informații legate de activitatea științifică reflectată în WoS (indice Hirsh, numărul WoS al articolelor) sau SCOPUS, alte informații legate de activitatea, serviciile, colecțiile bibliotecii.

ANEXA 4

Modalități de achitare a taxelor

Tipul și valoarea taxelor:

1. Taxa de școlarizare

Pentru anul academic 2022-2023, forma de învățământ IFR, **Masterat în Comunicare și relații publice, Masterat în Comunicare managerială și resurse umane, Masterat în Management și comunicare în afaceri**, valorile taxelor de școlarizare sunt prezentate mai jos.

Anul I - 3400LEI /an. Pentru achitarea taxei de școlarizare, alegeți una dintre variantele:

- Integral (reducere 250 LEI): 3150LEI la înmatriculare în perioada 27-31 iulie 2022;
- 2 rate (reducere 150LEI): rata 1 = 1650LEI la înmatriculare în perioada 27-31 iulie 2022; **rata 2 = 1600 LEI**, data limită 31 ianuarie 2023;
- 3 rate: rata 1 = 1200 LEI la înmatriculare în perioada 27-31 iulie 2022; **rata 2 = 1200 LEI**, data limită 31 ianuarie 2023; **rata 3 = 1000 LEI**, data limită 31 mai 2023.

Anul II - 3400LEI/an. Pentru achitarea taxei de școlarizare, alegeți una dintre variantele:

- Integral (reducere 250 LEI): 3150 LEI, data limită 31 octombrie 2022;
- 2 rate (reducere 150 LEI): rata 1 = 1650 LEI, data limită 31 octombrie 2022; **rata 2 = 1600 LEI**, data limită 31 ianuarie 2023;
- 3 rate: rata 1 = 1200 LEI, data limită 31 octombrie 2022; **rata 2 = 1200 LEI**, data limită 31 ianuarie 2023; **rata 3 = 1000LEI**, data limită 31 mai 2023.

Pentru anul academic 2022-2023, forma de învățământ IFR, **Masterat în Managementul proiectelor** valorile taxelor de școlarizare sunt prezentate mai jos.

Anul I - 4000LEI/an. Pentru achitarea taxei de școlarizare, alegeți una dintre variantele:

- Integral (reducere 250 LEI): 3750LEI la înmatriculare în perioada 27-31 iulie 2022;
- 2 rate (reducere 150LEI): rata 1 = 1900LEI la înmatriculare în perioada 27-31 iulie 2022; **rata 2 = 1950 LEI**, data limită 31 ianuarie 2023;
- 3 rate: rata 1 = 1300 LEI la înmatriculare în perioada 27-31 iulie 2022; **rata 2 = 1300LEI**, data limită 31 ianuarie 2023; **rata 3 = 1400 LEI**, data limită 31 mai 2023.

Anul II - 4000LEI/an. Pentru achitarea taxei de școlarizare, alegeți una dintre variantele:

- Integral (reducere 250 LEI): 3750 LEI, data limită 31 octombrie 2022;
- 2 rate (reducere 150 LEI): rata 1 = 1900 LEI, data limită 31 octombrie 2022; **rata 2 = 1950 LEI**, data limită 31 ianuarie 2023;
- 3 rate: rata 1 = 1300 LEI, data limită 31 octombrie 2022; **rata 2 = 1300 LEI**, data limită 31 ianuarie 2023; **rata 3 = 1400 LEI**, data limită 31 mai 2023.

2. Alte taxe

Taxă de restanță – **40 LEI**;

În cazul neprezentării la restanțe, chitanța justificativă NU este valabilă și la următoarea sesiune de restanțe;

Taxă pentru mărirea notei – **20 LEI**;

Taxă pentru susținerea examenului de disertație – **200 LEI**;

Taxă de repetare a examenului de disertație – **200 LEI**.

Taxele aferente anului universitar 2022-2023 se achită în conformitate cu Hotărârea Senatului nr. 6 din 17 februarie 2022 și Decizia Consiliului Facultății nr. 527 din 27 iunie 2022.

Plata taxelor se face în numerar la orice sucursală BRD din țară sau prin transfer bancar în contul facultății deschis la BRD: RO08BRDE445SV13004784450

Este obligatorie completarea în câmpul DETALII a numelui și CNP-ului studentului pentru care se efectuează plata.

La plata **taxei de restanță/reexaminare** se va specifica **anul de studiu** în care se află **disciplina** pentru care se susține examenul

Pentru completarea ordinelor de plată vă rugăm să aveți în vedere următoarele informații financiare:

Nume beneficiar- SNSPA

Bancă beneficiar - BRD sucursala Victoria București

CUI beneficiar - 9510194

TOATE DOCUMENTELE DOVEDITOARE ALE PLĂȚILOR TREBUIE PĂSTRATE DE CĂTRE STUDENT PÂNĂ LA ÎNCHEIEREA STUDIILOR.



ANEXA 5

Localizarea sălilor

Sediul central – bd. Expoziției nr. 30A, sector 1, București:

104 (Amfiteatrul A1)	etajul 1	Bld. Expoziției nr. 30A
107	etajul 1	Bld. Expoziției nr. 30A
108	etajul 1	Bld. Expoziției nr. 30A
306	etajul 3	Bld. Expoziției nr. 30A
307	etajul 3	Bld. Expoziției nr. 30A
311	etajul 3	Bld. Expoziției nr. 30A
313	etajul 3	Bld. Expoziției nr. 30A
314	etajul 3	Bld. Expoziției nr. 30A
316	etajul 3	Bld. Expoziției nr. 30A
317	etajul 3	Bld. Expoziției nr. 30A
325	etajul 3	Bld. Expoziției nr. 30A
326	etajul 3	Bld. Expoziției nr. 30A
506 (Laborator Info)	etajul 5	Bld. Expoziției nr. 30A
508	etajul 5	Bld. Expoziției nr. 30A
509	etajul 5	Bld. Expoziției nr. 30A
510	etajul 5	Bld. Expoziției nr. 30A



EDITURA COMUNICARE.RO

Editura COMUNICARE.RO a fost înființată în anul 2000, ca departament în cadrul Școlii Naționale de Studii Politice și Administrative, Facultatea de Comunicare și Relații Publice. Activitatea editorială a debutat prin editarea de cursuri universitare pentru studenții Facultății de Comunicare și Relații Publice, dar foarte curând interesul publicului larg a determinat o extindere spre zona traducerilor și o diversificare a tematicilor abordate.

Astăzi, prin oferta editorială, cititorii se pot întâlni cu o serie de autori fundamentali și au acces la cărți de referință din domeniul științelor socioumane. Unul dintre principalele obiective ale editurii este acela de a reconfigura pentru publicul românesc domenii care nu au fost abordate până acum în mod sistematic: teoria comunicării, analiza publicitară, relațiile publice și studiul mass-media. O parte semnificativă a portofoliului editorial este consacrată evoluțiilor din lumea contemporană, sferei publice europene, relațiilor internaționale și geopoliticii, precum și studiilor de marketing și management.

De asemenea, COMUNICARE.RO publică Revista română de comunicare și relații publice, editată de Centrul de Cercetare în Comunicare al Facultății de Comunicare și Relații Publice.

Pentru mai multe informații, accesați site-ul editurii: www.edituracomunicare.ro.

TITLURI DISPONIBILE:

Corina Buzoianu, Monica Bîră, Roberta Răducu, Ligia Stroe, *Branduri în conversații. Instrumente de monitorizare și analiză pentru relațiile publice online*, 2022.

Mălina Ciocea, *Problemele publice. O perspectivă comunicatională*, 2022.

Ivan Krastev, Stephen Holmes, *Lumina frântă. De ce pierde Occidentul lupta pentru democrație*, 2021.

Loredana Ivan, Adina Chelcea, Septimiu Chelcea, *Comunicarea nonverbală în interacțiunile cotidiene*, 2021.

Georgiana Udrea, Loredana Vladu, *Patterns of Europeanization in Central and Eastern Europe*, 2021.

Adrian Curaj, Diana-Maria Cismaru, Nicoleta Corbu, Cristina Fiț, Valeriu Frunzaru, Delia Gologan, Cezar Mihai Hâj, Anca Mărgineanu, Ana-Maria Stăvaru, Oana Ștefăniță, *Politici publice privind echitatea în învățământul superior: impactul burselor sociale și al locurilor speciale pentru absolvenții de licee din mediul rural*, 2020.

Florin Abraham (ed.), *1989. Annus Mirabilis. Three Decades After: Desires, Achievements, Future*, 2020.

Paul Dobrescu, *Dragonii dezvoltării. Revine istoria pe supercontinentul euroasiatic?*, 2020.

Edward L. Bernays, *Cristalizarea opiniei publice*, ediția a 2-a, 2020.

Fawaz A. Gerges, *Isis. O istorie*, 2019.

Guy Verhofstadt, *Suferința Europei și redescoperirea idealului*, 2019.

Loredana Radu, Paul Dobrescu, *Țară fără proiect. Dezvoltare inegală, subdezvoltare structurală*, 2019.

Bianca-Florentina Cheregi, *Nation Branding in Post-Communist Romania. A semiotic approach*, 2018.

Edward Luce, *Retragerea liberalismului occidental*, 2018.

Henry Kissinger, *Despre China* (ediția a II-a), 2018.

Ivan Krastev, *Post Europa*, 2018.

Jakub J. Grygiel, A. Wess Mitchell, *Frontiera neliniștită. Rivali emergenți, aliați vulnerabili și criza puterii americane*, 2018.

- Julia Cagé, *Cum să salvăm media. Capitalism, finanțare participativă și democrație*, 2018.
- Oana Ștefăniță, Loredana Radu, Flavia Durach, *Patterns of contemporary development. Assessing challenges and opportunities*, 2018.
- Cătălina Grigorași, *Facebook, mișcări sociale și construcția unui spațiu public alternativ*, 2017.
- Florența Toader, *Profesionalizarea discursului politic în era social media*, 2017.
- Gillez Deleuze, Claire Parnet, *Dialoguri*, 2017.
- Ian Goldin, *În căutarea dezvoltării: creșterea economică, schimbările sociale și ideile*, 2017.
- John Peet, Anton La Guardia, *O Uniune nefericită. Cum poate fi soluționată criza monedei euro – și a Europei*, 2017.
- Mervyn King, *Sfârșitul alchimiei. Banii, băncile și viitorul economiei mondiale*, 2017.
- Simona Bonghez, *Din provocările unui manager de proiect. Faceți cunoștință cu Gogu!*, 2017.
- Yanis Varoufakis, *Minotaurul global. America, Europa și viitorul economiei globale*, 2017.
- Alexandra Zbucnea, Dimitrios Nikolaidis, *Responsible Entrepreneurship. Vision, Development and Ethics*, 2016.
- Alina Duduciuc, Loredana Ivan, Dan Florin Stănescu, *Comunicare și percepție socială*, 2016.
- Dan Luca, *Bruxelles european. Context românesc*, 2016.
- Oana Ștefăniță, *Uniunea Europeană, un trend în derivă?*, 2016.
- Paul Roberts, *Ghid pentru managementul proiectelor. Cum gestionăm corect proiectele pentru a obține beneficii durabile*, 2016.
- Paul Roberts, *Ghid pentru managementul proiectelor. Cum gestionăm corect proiectele pentru a obține beneficii durabile*, 2016.
- Raluca Buturoiu, *Noua eră a vechilor media. O analiză experimentală a efectelor produse de cadrajele media*, 2016.
- Sylvie Alemanno, Camelia Beciu, Denisa-Adriana Oprea, *Communications publiques et organisationnelles : intersections des saviors*, 2016.
- Thomas J. Christensen, *China ca provocare. Cum pot fi modelate alegerile unei puteri în ascensiune*, 2016.
- Tony Harcup, *Jurnalism. Principii și practici*, 2016.
- Tony Harcup, *Jurnalism. Principii și practici*, 2016.
- George Soros în dialog cu Gregor Peter Schmitz, *Tragedia Uniunii Europene. Dezintegrare sau renaștere?*, 2015.
- Immanuel Wallerstein, Randall Collins, Michael Mann, Georgi Derluguian, Craig Calhoun, *Are capitalismul un viitor?*, 2015.
- Ion Chiciudean, Monica Bîră, *The Europe we voted for: National and European topics of the 2014 election for the European Parliament*, 2015.
- Joseph S. Nye, Jr, *S-a sfârșit oare secolul american?*, 2015.
- Manuel Castells, *Comunicare și putere*, 2015.
- The Economist, *Lumea în cifre*, 2015.
- Wally Olins, *Brand New. Viitorul chip al brandurilor*, 2015.
- Alina Duduciuc, Loredana Ivan, Septimiu Chelcea, *Psihologie socială. Studiul interacțiunilor umane*, 2013.
- Paul Dobrescu, *Lumea cu două viteze. Puterile emergente și țările dezvoltate*, 2013.
- Paul Dobrescu, *Un deceniu cât un secol. Secolul lumii emergente*, 2013.
- Dan Berindei, *Românii între trecut și viitor*, 2012.
- Dominique Wolton, *Despre comunicare*, 2012.
- Dominique Wolton, *Internetul. O teorie critică a noilor media*, 2012.

- Ioan Hudiță, *Jurnal politic (3 august – 31 decembrie 1945)*, 2012.
- Jürgen Habermas, *Despre Constituția Europei. Un eseu*, 2012.
- Loredana Radu, *Criza economică în Uniunea Europeană. O perspectivă comunicatională*, 2012.
- Mircea Malița, *Biobibliografie*, 2012.
- Rusell Duncan, Joseph Goddard, *America astăzi*, 2012.
- Alina Bârgăoanu, *Examenul Schengen. În căutarea sferei publice europene*, 2011.
- Dumitru Iacob, Diana-Maria Cismaru, Remus Pricopie, *Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare*, ediția a 3-a, 2011.
- Ioan Hudiță, *Jurnal politic (7 martie – 2 august 1945)*, 2011.
- Ion Chiciudean, George David, *Managementul comunicării în situații de criză*, 2011.
- Nicoleta Corbu, Mădălina Boțan, *Telepreședinții. Radiografia unei campanii electorale*, 2011.
- Remus Pricopie, Valeriu Frunzaru, Nicoleta Corbu, Loredana Ivan, Alina Bârgăoanu, *Acces și echitate în învățământul superior din România. Dialog cu elevii și studenții*, 2011.
- Vasile Băncilă, *Nae Ionescu. Un cavaler prestant al spiritului*, 2011.
- Constantin Hlihor, Ecaterina Hlihor, *Comunicarea în conflictele internaționale (Secolul XX și începutul secolului XXI)*, 2010.
- Dumitru Iacob, Diana-Maria Cismaru, *Organizația inteligentă. Zece teme de managementul organizațiilor*, ediția a 2-a, 2010.
- Ioan Hudiță, *Jurnal politic (1 februarie 1943 – 31 decembrie 1943)*, 2010.
- Remus Pricopie, *Participarea publică. Comunicare pentru dezvoltare durabilă*, 2010.
- Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom, *Relații publice eficiente*, ediția a 9-a, 2010.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. IX, Polemice și politice, 1911–1912)*, 2010.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. VII, Polemice și politice, 1887–1900)*, 2010.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. VIII, Polemice și politice, 1905–1907)*, 2010.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. X, Operele științifice, 1878–1912)*, 2010.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. XI, Scrisori)*, 2010.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. XII, Bibliografie și Index)*, 2010.
- Wally Olins, *Noul ghid de identitate Wolff Olins*, ediția a 2-a, 2010.
- Camelia Beciu, Ioan Drăgan, Dana Popescu-Jourdy, Odile Riondet, *Cultures et communication. Regards croisés sur les pratiques*, 2009.
- Dan Berindei, *În mijlocul cetății*, 2009.
- Dan Petre, Mihaela Nicola, *Introducere în publicitate*, ediția a 2-a, 2009.
- Elisabeth Noelle-Neumann, *Spirala tăcerii. Opinia publică – învelișul nostru social*, 2009.
- Ioan Hudiță, *Jurnal politic (1 martie 1942 – 31 ianuarie 1943)*, 2009.
- Ion Hangiu, *Presa românească de la începuturi până în prezent. Dicționar cronologic 1790–2007 (Vol. IV, 1989–2007)*, 2009.
- Ion Hangiu, *Presa românească de la începuturi până în prezent. Dicționar cronologic 1790–2007 (Vol. III, 1945–1989)*, 2009.
- Ion Hangiu, *Presa românească de la începuturi până în prezent. Dicționar cronologic 1790–2007 (Vol. II, 1917–1944)*, 2009.
- Ion Hangiu, *Presa românească de la începuturi până în prezent. Dicționar cronologic 1790–2007 (Vol. I, 1790–1916)*, 2009.
- Joseph R. Dominick, *Ipostazele comunicării în masă. Media în era digitală*, 2009.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. I, Oficiale, 1884–1888, 1897–1899)*, 2009.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. II, Oficiale, 1901–1904)*, 2009.

- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. III, Oficiale, 1907–1910)*, 2009.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. IV, Parlamentare, 1895–1899)*, 2009.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. V, Parlamentare, 1901–1904)*, 2009.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. VI, Parlamentare, 1907–1911)*, 2009.
- Walter Lippmann, *Opinia publică*, 2009.
- David Macey, *Dicționar de teorie critică*, 2008.
- Ovidiu Caraiani (coordonator), *Dreptate sau moralitate? O introducere în filozofia politică a lui John Rawls*, 2008.
- Remus Pricopie, Irina Stănciugelu, Mihaela Alexandra Ionescu, *Relații publice în școli. Încredere și parteneriat comunitar*, 2008.
- Septimiu Chelcea, Loredana Ivan, Adina Chelcea, *Comunicarea nonverbală. Gesturile și postura*, 2008, ediția a 2-a.
- Constantin Schifirneț, *Formele fără fond, un brand românesc*, 2007.
- Dorina Guțu, *Războiul din Irak și războiul de acasă. O campanie prezidențială americană*, 2007.
- Gabriel Tarde, *Opinia și mulțimea*, 2007.
- Paul Dobrescu, Alina Bârgăoanu, Nicoleta Corbu, *Istoria comunicării*, 2007.
- Ralf Leinemann și Elena Baikalțeva, *Eficiența în relațiile publice*, 2007.
- William K. Cummings, *Instituții de învățământ. Un studiu comparativ asupra dezvoltării învățământului în Germania, Franța, Anglia, SUA, Japonia, Rusia*, 2007.
- Dragoș Iliescu, *Metodologia Q*, 2005.
- Ion Ianoși, *Studii de filosofie a artei*, 2005.
- Alexandrina-Corina Andrei, *Everyday English*, 2004.
- Anne-Marie Codrescu, Nicoleta Tănase, *Le Français au quotidien*, 2004.
- Constantin Schifirneț, *Sociologie*, 2004.

REVISTA ROMÂNĂ DE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE:

- Revista română de comunicare și relații publice nr. 56 (2/2022)
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 55 (1/2022)
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 54 (3/2021)
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 53 (2/2021)
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 52 (1/2021)
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 51 (3/2020)
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 50 (2/2020)
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 49 (1/2020)
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 48 (3/2019)
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 47 (2/2019)
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 46 (1/2019)
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 45 (3/2018)
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 44 (2/2018)
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 43 (1/2018)
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 42 (3/2017)
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 41
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 40
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 39
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 38

Revista română de comunicare și relații publice nr. 37
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 36
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 35
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 34
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 33
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 32
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 31
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 30
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 29
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 26
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 25
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 24
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 23
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 22
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 21
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 20
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 17
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 16
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 14
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 13
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 12
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 9
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 8
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 6-7
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 4-5
 Revista română de comunicare și relații publice nr. 2-3

comunicare  ro

 LOGIN
  COȘ: 0,00

[Acasă](#) | [Noutăți](#) | [Cărți](#) | [Autori](#) | [E-books](#) | [Știri / Evenimente](#) | [Revista](#) | [Despre noi](#) | [Contact](#)




LUMINA FRÂNTĂ
 De ce piene Occidentul
 lupta pentru democrație

„O carte scriitoare, inedită, despre criza
 liberalismului modern. O lectură obligatorie
 pentru a înțelege nemulțumirile epocii prezente”
 – *The Financial Times*

„Inteligentă, incisivă și tulburătoare: o analiză
 memorabilă a motivelor pentru care lumina
 liberalismului s-a frânt în Europa de Est și de ce
 resentimentele față de ideea imitării Occidentului
 au alimentat furia revoltei populiste.”
 – *Michael Ignatieff*

eLibrary@SI4SPA
www.eLibrary@si4spa.ro



PODCAST

Probleme politice

00:00 02:47

ANEXA 7

Formular de înscriere la disertație

sesiunea

Subsemnatul(a),
student(ă) la Facultatea de Comunicare și Relații Publice, anul absolvirii, studii
postuniversitare, respectiv studii universitare de masterat la masteratul
..... vă rog a-mi aproba înscrierea
la sesiunea de susținere a disertației din luna, anul, cu tema:

.....
.....
.....

pentru care propun următorul plan:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Date de contact:

telefon

adresă de *e-mail*

Data: Semnătura studentului:

Numele cadrului didactic îndrumător:

.....

Semnătura cadrului didactic îndrumător:

.....

Domnului Decan al Facultății de Comunicare și Relații Publice

ANEXA 8

Contacte

BUCUREȘTI

Adresa:

Secretariat IFR

adrese e-mail:

telefon:

Bd. Expoziției, nr. 30A

MCRP, MRU – madalina.ion@comunicare.ro

MCA, MP – diana.ceusan@comunicare.ro

0372.249.769



**SUCCES
ÎN NOUL AN
ACADEMIC!**

