

GHIDUL STUDENTULUI
STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT
Anul academic 2016-2017

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
www.comunicare.ro
E-mail: info@comunicare.ro

CUPRINS

I. Studii universitare de masterat în sistem IFR	5
Masterat în Comunicare și relații publice - anul I	5
1. Mass media și societatea.....	6
2. Geopolitică. Relații internaționale și instituții europene	8
3. Strategii de relații publice în mediul global	11
4. Comunicare organizațională	13
Masterat în Comunicare și relații publice - anul II	15
1. Lobby	16
1. Analiza discursului public	18
3. Comunicare audio-vizuală	23
4. Analiza imaginii	26
Masterat în Comunicare managerială și resurse umane - anul I	28
1. Managementul strategic al resurselor umane. Diagnoza organizațională	29
2. Cultură și comportament organizațional	32
3. Managementul personalului	34
4. Recrutarea și selecția de personal	36
Masterat în Comunicare managerială și resurse umane - anul II	38
1. Drept și legislația muncii	39
2. HR Metrics	42
3. Managementul talentului în organizații	45
4. Politici ocupaționale în UE	49
Masterat în Management și comunicare în afaceri - anul I	51
1. Comunicare I. Comunicarea internă	52
2. Comunicare II. Comunicarea externă a firmei	54
3. Marketing	56
4. Negociere în afaceri	59
Masterat în Management și comunicare în afaceri - anul II	61
1. Tehnici de promovare în afaceri	62
2. Lobby	65
3. Negociere în afaceri	67
4. Brandul de angajator	69
5. Afaceri în medii instabile	71
Masterat în Managementul proiectelor - anul I	74
1. Globalizare și integrare europeană	75
2. Managementul proiectelor I	77
3. Leadership și managementul echipei de proiect	80
Masterat în Managementul proiectelor - anul II	82
1. Managementul riscului.....	83
2. Aplicații informatice pentru managementul proiectelor	85
3. Comunicare publică în Uniunea Europeană	87

II. Bibliografie – recomandări de utilizare	90
III. Cursurile pe CD	91
IV. Accesarea paginii de Internet	93
V. Anexe	95
Anexa 1 – Structura semestrelor I și III ale anului academic 2016-2017	95
Anexa 2 – Programul de lucru cu studenții al Secretariatului DID	95
Anexa 3 – Programul bibliotecilor	96
Anexa 4 – Modalități de achitare a taxelor	97
Anexa 5 – Localizarea sălilor	100
Anexa 6 – Cărți, manuale și alte publicații apărute la Editura Comunicare.ro	101
Anexa 7 – Formular de înscriere la disertație	107
Anexa 8 – Contacte	108

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: prof. univ. dr. Paul DOBRESCU
asist. univ. dr. Raluca BUTUROIU
2. **Geopolitică. Relații internaționale și instituții europene**
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat. dr. Radu ENACHE
3. **Strategii de relații publice în mediul global**
Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Dorina GUȚU
4. **Comunicare organizațională**
Coordonator de disciplină: prof. univ. dr. Dumitru IACOB

MASS MEDIA ȘI SOCIETATEA

1.

Coordonator de disciplină:	prof. univ. dr. Paul DOBRESCU
Asistent:	asist. univ. dr. Raluca BUTUROIU
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 înrăurirea 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 strălucit pe cerul mediatic, după care s-a retras, lăsând locul altui mijloc mai promițător. Așa s-au întâmplat lucrurile cu cartea, presa scrisă, filmul, radioul. Ultima sosită, televiziunea, strălucește și domină vizibil câmpul mediatic. Sunt semne că deja se ridică un alt mijloc extrem de atractiv și de util - Internetul. 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 se împletesc și edifică un adevărat mediu de informații, de reprezentări 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 economia 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 mijlocit 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.

După ce fixează trăsăturile comunicării de masă, raporturile dintre societatea de masă și comunicarea de masă, cursul se concentrează pe analiza principalelor teorii care au luat naștere în efortul de a descifra impactul mijloacelor de comunicare în masă. Tratată 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 - asemeneaa teorii alcătuiesc un corpus important al comunicării ca disciplină modernă. Parcurgerea lor prilejuiește mai buna înțelegere a rolului media în societatea contemporană, a modului în care evoluează opinia publică, și, deopotrivă, reprezentarea mai clară, în dimensiunea ei teoretică, a comunicării moderne.

1.2. Structura cursului

1. APARIȚIA UNUI NOU CÂMP AL COMUNICĂRII: COMUNICAREA DE MASĂ
2. ATOTPUTERNICIA MEDIA
3. PERSUASIUNEA - EXAMENUL CEL MAI DIFICIL AL COMUNICĂRII
4. SCHIMBARE DE PARADIGMĂ ÎN COMUNICAREA DE MASĂ

5. DESCOPERIREA PUBLICULUI CARE JUDECĂ, SELECTEAZĂ ȘI NEGOCIAZĂ
6. MASS-MEDIA NU NE ÎNVAȚĂ CUM SĂ GÂNDIM, CI LA CE SĂ NE GÂNDIM
7. MEDIA CULTIVĂ OPINII AȘA CUM UN AGRICULTOR CULTIVĂ PĂMÂNTUL
8. CÂMPUL MEDIATIC ESTE ACAPARAT DE TELEVIZIUNE
9. OAMENII SE TEM MAI MULT DE IZOLARE DECÂT DE EROARE
10. PUTEREA A PATRA SAU PUTEREA DOMINANTĂ?

1.3. Bibliografie

Bibliografie recomandată:

- Bryant, J., & Oliver, M. B. (Eds.) (2009). *Media Effects: Advances in Theory and Research* (Ediția a treia). New York: Routledge.
- Dobrescu, P., & Bărgăoanu, A. (2002). *Mass media - puterea fără contraputere*. București: ALL.
- Drăgan, I. (1996). *Paradigme ale comunicării de masă*. București: Șansa.
- Galloway, L., Engstrom E., & Emmers-Sommer, T. M. (2015). Does Movie Viewing Cultivate Young People's Unrealistic Expectations About Love and Marriage?. *Marriage & Family Review*, 51(8), 687-712.
- Guo, L., & McCombs, M. (2016). *The power of information networks*. New York: Routledge.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (2004). *Mecanismul votului. Cum se decid alegerile într-o campanie electorală*. București: comunicare.ro.
- Lippmann, W. (1922). *Opinia publică*. (G. Mihăiță & D. Flonta, Trans.) (Ediția 2009). București: comunicare.ro.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Morgan, M. & Shanahan, J. (2010). The State of Cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(2), 337-355.
- Noelle-Neumann, E. (1984). *Spirala tăcerii. Opinia publică - învelișul nostru social*. (V. Cucu-Oancea, Trans.) (Ediția 2004). 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.
- Vu, H. T., Guo, L., & McCombs, M. E. (2014). Exploring "the World Outside and the Pictures in Our Heads": A Network Agenda-Setting Study. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(4), 669-686.

1.4. Modalitatea de verificare

Examen scris-test grilă

1.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	13.11.2016 Sala 307 Ora 09.00	
	13.11.2016 Sala 307 Ora 10.30	
	13.11.2016 Sala 307 Ora 12.00	
	13.11.2016 Sala 307 Ora 13.30	
Seminar online	28.11.2016 ora 18.00	
	05.12.2016 ora 18.00	
	12.12.2016 ora 17.00	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	22.01.2017 Sala 307 Ora 09.00	12.02.2017 Sala 307 Ora 09.00

GEOPOLITICĂ. RELAȚII INTERNAȚIONALE ȘI INSTITUȚII EUROPENE

2.

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat dr. Radu ENACHE
Statut: obligatorie
Număr de credite: 7

2.1. Cadrul general al cursului

Cursul de față are o structură de natură să-l ajute pe student în însușirea aparatului noțional fundamental al acestei discipline, în 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 dezbatere privind modelele de integrare economică, impactul proceselor de integrare, al tendințelor de globalizare asupra economiei și comerțului mondial.

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.

Față de ediția din anul 2000 a cursului, ediție care a apărut și în formă tipărită și a constituit deopotrivă materialul cursurilor în format electronic pentru învățământul la distanță în anii precedenți, cursul de față a suferit câteva modificări, atât în ceea ce privește o necesară actualizare, cât și din punctul de vedere al structurării materiei.

Astfel, cursul referitor la NAFTA a fost inclus într-un cadru mai general care tratează Statele Unite ale Americii, cursul despre Europa a fost amplificat și actualizat cu ultimele evoluții din cadrul Uniunii Europene, după cum și cursurile referitoare la Rusia, Islam și Asia au suferit

modificări care, sperăm, au dus la o mai mare claritate a expunerii și la sublinierea chestiunilor esențiale, perene, ale relațiilor dintre marile puteri.

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

2.2. Structura cursului

Cursul 1: Noua geopolitică. Sensuri aflate în competiție

Cursul 2: Delimitări conceptuale

Cursul 3: Geopolitica anglo-americană

Cursul 4: Geopolitica germană

Cursul 5: Populația

Cursul 6: Europa - lecția de geopolitică a secolului XX (I)

Cursul 7: Europa - lecția de geopolitică a secolului XX (II)

Cursul 8: Asia - continentul pe care locuiește peste jumătate din populația lumii

Cursul 9: Statele Unite ale Americii și noua ordine mondială

Cursul 10: Poligonul rusesc

Cursul 11: Islamul - o lume în expansiune

Cursul 12: Globalizarea

2.3. Bibliografie

Bibliografia aferentă fiecărei teme se găsește în interiorul suportului de curs (CD).

2.4. Modalitatea de verificare

Examen scris (test grilă).

2.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	25.11.2016 Sala 307 Ora 17.00	
	25.11.2016 Sala 307 Ora 18.30	
	16.12.2016 Sala 307 Ora 17.00	
	16.12.2016 Sala 307 Ora 18.30	
Seminar online	09.12.2016 ora 18.30	
	23.12.2016 ora 18.30	
	13.01.2017 ora 18.30	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	14.01.2017 Sala 506	04.02.2017 Sala 506
	Ora 12.00	Ora 09.00

STRATEGII DE RELAȚII PUBLICE ÎN MEDIUL GLOBAL

3.

Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Dorina GUȚU
Statut: obligatorie
Număr de credite: 7

3.1. Cadrul general al cursului

Obiectivul cursului este de a transmite cursanților cunoștințe teoretice prin prezentarea principalelor concepte, teorii și modele teoretice dezvoltate în relațiile publice în context internațional. Diseminarea cunoștințelor teoretice se va realiza atât prin intermediul prelegerilor de curs, cât și prin studii de caz analizate la seminar. Pe lângă formarea de competențe profesionale specifice, cursul urmărește să dezvolte la nivelul cursanților și competențe transversale, pentru a le facilita acestora pregătirea și integrarea în activități aplicate de analiză și implementare de activități de PR în context global.

3.2. Structura cursului

Premise ale relațiilor publice în mediul global
Paradigme în relațiile publice la nivel global
Relativismul cultural în relațiile publice
Tendințe actuale în evoluția mass-media și influențe asupra comunicării publice
Comportamentul organizațional și influența asupra comunicării
Actori colectivi și complexitatea acțiunii colective în spațiul public
Globalizarea mass-media și influența asupra comunicării publice
etică și propagandă în relațiile publice
Impactul social media în spațiul public
Etapă în realizarea campaniilor de comunicare publică
Evaluarea eficienței campaniilor de comunicare publică
Campanii de relații publice la nivel global

3.3. 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.

3.4. Modalitatea de verificare

Probe de evaluare și ponderea lor:

-Prezența și activitatea la seminarele online – 50%

-Analiza unui caz de PR în context global – 50%

Observații:

- Detalii cu privire la criteriile de evaluare a activității la seminarele online se găsesc pe pagina disciplinei, pe platforma de e-learning.

- Temele pentru realizarea analizei unui caz vor fi publicate la începutul semestrului pe pagina disciplinei, pe platforma de e-learning. Lucrarea de analiză se scrie în Times New

Roman, font 12, la un rând și va avea între 4-10 pagini. Lucrările care nu respectă condițiile de realizare sau conțin informații cu copy-paste de pe internet vor fi respinse.

- Analiza cazului de PR în context global se trimite de către studenți pe platforma de e-learning, la secțiunea **Proiect final** de pe pagina disciplinei Strategii de relații publice în mediul global, cu respectarea termenului stabilit (finalul sesiunii). Pentru restanțe rămân valabile aceleași condiții și criterii de evaluare.

3.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	19.11.2016 Sala 510 Ora 09.00	
	19.11.2016 Sala 510 Ora 10.30	
	19.11.2016 Sala 510 Ora 12.00	
	19.11.2016 Sala 510 Ora 13.30	
Seminar online	06.12.2016 Ora 18.30	
	13.12.2016 Ora 18.30	
	20.12.2016 Ora 18.30	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	21.01.2017 Sala 506	11.02.2017 Sala 506
	Ora 09.00	Ora 09.00

COMUNICARE ORGANIZAȚIONALĂ

4.

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

4.1. Cadrul general al cursului

Cursul urmărește să ofere o perspectivă comunicățională asupra organizațiilor ca actori colectivi situați în spațiul public. Integrarea europeană solicită organizațiile românești, după o tranziție dificilă, să adopte noi standarde și valori, capacitatea de adaptare devenind astfel principala cerință care condiționează succesul sau chiar supraviețuirea unei organizații. În acest context, comunicarea devine o resursă de bază, principalul instrument prin care organizațiile proiectează și generează noi configurații funcționale. Studiul comunicării presupune separarea a două aspecte majore: *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 direcții majore: promovarea produselor sau serviciilor organizației (prin *comunicarea de marketing*) și adaptarea organizației la mediu (prin *relațiile publice*). La baza unei comunicări strategice eficiente și coerente se află cultura și identitatea organizațională, variabile complexe, ale căror caracteristici sunt influențate de alte variabile secundare precum: stil de conducere, structură informală, sistem de informare, ș.a. Nu în ultimul rând, utilizarea noilor tehnologii de comunicare este o condiție pentru perfecționarea abilităților de comunicare pentru actorii colectivi ai noului mileniu.

4.2. Structura cursului

Comunicarea în organizații: elemente introductive
Metode de studiu în comunicarea organizațională
Comunicarea și funcțiile conducerii
Stiluri de conducere și comunicare
Comunicare formală și informală
Comportamentul organizațional și comunicarea
Comunicarea strategică: relațiile publice
Comunicarea strategică: marketingul
Cultura organizațională
Comunicarea și adaptarea la schimbare. Gandirea performanta.

4.3. Bibliografie

Balmer, John, *Mixed Up Over Identities*, Bradford School of Management, Bradford, 2002.
Cismaru, Diana-Maria, *Comunicarea internă în organizații*, Editura Tritonic, București, 2008.
Curșeu, Petru Lucian, *Grupuri în organizații*, Editura Polirom, Iași, 2007.
Coman, Cristina, *Relații publice – principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001.
Iacob, Dumitru, Cismaru, Diana-Maria, *Relațiile publice - eficiență prin comunicare*, Editura Comunicare.ro, București, 2003.

Newsom, Doug, Kruckeberg, Dean, VanSlike Turk, Judy, *Totul despre relațiile publice*, Editura Polirom, Iași, 2003.

Stoica-Constantin, Ana, *Conflictul interpersonal*, Editura Polirom, Iași, 2004.

Yin, Robert, *Studiul de caz-designul, colectarea și analiza datelor*, Editura Polirom, Iași, 2005.

4.4. Modalitatea de verificare

Test de cunoștințe (obligatoriu) se susține pe calculator și este format din două părți: **grilă** cu întrebări închise (30 de minute) și **itemi de sinteză**:

- Trei itemi de **scurtă întindere**, care urmăresc să testeze concepte de bază (exemplu: definiția relațiilor publice)
- Un item tip **aplicație** (30 de minute), în care se expune o situație dintr-o organizație și se cer soluții pentru rezolvarea unei probleme funcționale sau de comunicare.

La această disciplină nu se fac echivalări.

Studentii sunt rugați să se prezinte la examen la ora la care este programată seria din care fac parte.

4.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	20.11.2016 Sala 307 Ora 09.00	
	20.11.2016 Sala 307 Ora 10.30	
	20.11.2016 Sala 307 Ora 12.00	
	20.11.2016 Sala 307 Ora 13.30	
Seminar online	08.12.2016 ora 18.30	
	15.12.2016 ora 18.30	
	22.12.2016 ora 18.30	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	15.01.2017 Sala 506 Ora 12.00	05.02.2017 Sala 506 Ora 09.00

Masterat în Comunicare și relații publice
Anul II
Semestrul III

DISCIPLINE

- | | | |
|----|---|---|
| 1. | Lobby
Coordonator de disciplină: | lector univ. dr. Andreea RĂCEANU |
| 2. | Analiza discursului public
Coordonator de disciplină: | prof. univ. dr. Dumitru BORTUN |
| 2. | Comunicare audio-vizuală
Coordonator de disciplină: | conf. univ. dr. Ion STAVRE |
| 3. | Analiza imaginii
Coordonator de disciplină: | conf. univ. dr. Bogdan HALIC
lector univ. dr. Corina BUZOIANU-DABA |

LOBBY

1.

Autor: lector univ. dr. Andreea RĂCEANU
Statut: obligatorie
Număr de credite: 7

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, 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

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 (CD).

1.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea: Proiect de 5-10 pagini constând în rezolvarea unuia dintre exercițiile din curs. Proiectul trebuie trimis pe platforma de e-learning, la secțiunea **Proiect final** de pe pagina disciplinei.

1.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	09.12.2016 Sala 317 Ora 18.00	
	10.12.2016 Sala 317 Ora 10.00	
	10.12.2016 Sala 317 Ora 11.30	
	10.12.2016 Sala 317 Ora 13.00	
Seminar online	15.12.2016 ora 18.00	
	22.12.2016 ora 18.00	
	19.01.2017 ora 18.00	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	27.01.2017	03.02.2017
	*Proiect final	*Proiect final

*Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning.

ANALIZA DISCURSULUI PUBLIC

2.

Autor: prof. univ. dr. Dumitru BORȚUN
Statut: obligatorie
Număr de credite: 7

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 PSIHOLOGICĂ

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

III. APLICAȚII

Unitatea 10. Exemple de discurs: dezbateră și discursul publicitar

2.3. Bibliografie

1. 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, Galați University Press, 2008, p. 468-477
2. AUSTIN, J. L., *Cum să faci lucruri cu vorbe*, Pitești, Paralela 45, 2005
3. AUTRAND, Charles, *La Publicité*, Paris, Seghers, 1976.
4. BAL, Mieke, *Natarologia. Introducere în teoria narațiunii*, ed. a II-a, Iași, Institutul European, 2008
5. BALDWIN, A. L., „Personal structure analysis”, *Journ.Abn.Soc.Psychol.*, 1942
6. BARDIN, Laurence, *L'analyse de contenu*, Paris, PUF, 1991
7. BARTHES, Roland, „Conférence sur la 'modernité', à l'Institut des Sciences politique”, Paris, 9-16 april 1975
8. BARTHES, Roland, *System de la mode*, Paris, Seuil, 1967
9. BARTHES, Roland, *Gradul zero al scriiturii. Noi eseuri critice*, Chișinău, Cartier, 2006
10. BARTHES, Roland, *Plăcerea textului. Roland Barthes despre Roland Barthes. Lecția*, Chișinău, Cartier, 2006
11. BACHELARD, Gaston, *Poetica spațiului*, Editura Paralela 45, Pitești-București, 2003
12. BĂLĂNESCU, Olga, *Tehnici discursive publicistice și publicitate*, București, Ariadna, 2003
13. BENENISTE, Émile, *Vocabularul instituțiilor indo-europene*, București, Paideia, 1999
14. BORȚUN, Dumitru, *Semiotică. Teorii ale limbajului*, SNSPA, București, 2011
15. BORȚUN, Dumitru, *Bazele epistemice ale comunicării*, București, Tritonic, 2013
16. BORȚUN, Dumitru, „Referențial perceptif et referențial ideologique. 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
17. BORȚUN, Dumitru, „Evul Mediu întârziat. Un discurs despre discursul identitar românesc”, în vol. *Lexic comun / Lexic specializat*, Galați, Editura Europlus, 2009, p. 405-410
18. BRUNSCHWICG, Leon, *Les ages de l'intelligence*, „L'univers du discours”, Paris, Felix Alcan, 1934, pp. 57-85.
19. BURGELIN, O., „Structural Analysis on mass communication”, in *Studies of broadcasting radio and TV*, Culture Research Institute Nippon, Mosokyokai, 6/1968
20. CAPRETTINI, Gian Paolo, *Semiologia poveștii*, Constanța, Editura Pontica, 2000
21. CAZACU, Aurel, *Argumentarea. Teorie și aplicații*, Ediția a II-a revăzută și adăugită, București, Editura Fundației României de Măine, 2010
22. CORNEA, Paul, *Interpretare și raționalitate*, Iași, Polirom, 2006
23. CORNEA, Paul, *Delimitări și ipoteze*, Iași, Polirom, 2008
24. CORNU, Geneviève, *Sémiologie de l'image dans la publicité*, Paris, les Éditions d'organisation, 1990.
25. COȘERIU, Eugeniu, *Introducere în lingvistică*, Ed. a 2-a, Cluj-Napoca, Echinox, 1999
26. COȘERIU, Eugeniu, *Omul și limbajul său*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza” Iași, 2009
27. COURTÉ, Joseph, *Analyse Sémiotique du Discours. De l'énoncé à l'énonciation*, Hachette, Paris, 1991
28. DÂNCU, Vasile Sebastian, *Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1999
29. 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
30. DOLLARD, J., MOWRER, O. H., „A method of measuring tension in written documents”, in *Journ. Abn. Soc. Psycho*, 42/1947
31. DUBOIS, Michel, *la Publicité en question*, Paris, Montréal Bordas, 1972.

32. D'UNRUG, M.-C., *Analyse de contenu et de parole*, Delarge, 1974
33. ECO, Umberto, *Lector în fabula*, Editura Univers, București, 1991
34. ECO, Umberto, *Opera deschisă*, Pitești, Paralela 45, 2002
35. ECO, Umberto, *Apocaliptici și integrați: comunicații de masă și teorii ale culturii de masă*, Iași, Polirom, 2008
36. EVERAERT-DESMEDT, Nicole, *La Communication publicitaire. Étude sémio-pragmatique*, Louvain-la-Neuve, Cabay, 1984.
37. FISKE, John, *Introducere în științele comunicării*, Polirom, Iași, 2003
38. FAUCAULT, Michel, *Ordinea discursului. Un discurs despre discurs*, București, Eurosang & Book, 1998
39. GHIGLIONE, R., BEAUVOIS, J.-L., CHABROL, C., TROGNON, A., *Manuel d'analyse de contenu*, Colin, 1980
40. GHIGLIONE, R., MATALON, B., BACRIN, B., *Les direx analysés: l'analyse propositionnelle du discours*, PUF, 1985
41. GOFFMAN, Erving, *Viața cotidiană ca spectacol*, Comunicare.ro, București, 2003
42. GREIMAS, A.J., COURTÉS, J., *Semiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, tome1, Hachette, 1979
43. GREIMAS, J. Algirdas, FONTANILLE, Jacques, *Semiotica pasiunilor*, Scripta, București, 1997
44. GRUNIG, Blanche, *Les Mots de la publicité*, Paris, Presses du CNRS, 1990.
45. GUILLAUMIN, C., *L'idéologie raciste, genèse et langage actuel*, Paris, La Haze, Mouton, 1972
46. HABERMAS, Jürgen - "Etica discursului - note pentru un program de întemeiere", în *Conștiință morală și acțiune comunicativă*, Editura All Educational, București, 2000, p. 46-111.
47. HABERMAS, Jürgen - *Etica discursului și problema adevărului*, Editura Art, București, 2008.
48. HAIGH, G., „Defensive Behaviour in client centred therapy”, in. *Psychol.*, 13/1949
49. HAUMMONT, N., RAYMOND, H., *L'habitat pavillonnaire*, Paris, CRU
50. HENRI, P., MOSCOVICI, S., „Problemes de l'analyse de contenu”, in *„Langage”*, 11/1968
51. HERSENI, Traian, *Sociologia limbii*, București, Editura Științifică, 1970
52. HUISMAN, Denis, *le Dire et le faire: pour comprendre la persuasion: propagande, publicité, relations publiques, essai sur la communication efficace*, Paris, SEDES, 1983
53. IONESCU-RUXĂNDIOIU, Liliana, *Conversația. Structuri și strategii. Sugestii pentru o pragmatică a românei vorbite*, Editura All, București, 1999
54. KERBRAT-ORECCHIONI, C., *L'enonciation. De la subjectivité dans le langage*, Armand Colin, 1980
55. KERBRAT-ORECCHIONI, C., *L'implicite*, Armand Colin, 1986
56. 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
57. LE GOFF, Jacques, *Civilizația occidentalului medieval* - București, Editura Științifică, 1970
58. LE GOFF, Jacques, *Pentru un alt ev mediu* - Editura Meridiane, București, 1980
59. LE GOFF, Jacques, *Imaginarul medieval* - Editura Meridiane, București, 1991
60. LEVY-STRAUSS, Claude, *Antropologia structurală*, Editura Politică, București, 1978
61. LYONS, John, *Introducere în lingvistica teoretică*, Editura Științifică, București, 1995
62. MAHL, G. F., „Exploring emotional states by content analysis, in J. de S. Pool, *Trends in content analysis*, 1959
63. MAINGUNEAU, Dominique, *Les termes de l'analyse du discours*, Seuil, 1996
64. MAINGUNEAU, Dominique, *Discursul literar*, Institutul European, Iași, 2007
65. MARSHALL, Gordon (edit.), *Dicționar de Sociologie*, București, Univers Enciclopedic, 2003
66. MARGA, Andrei, *Introducere în metodologia și argumentarea filosofică*, cap. „Elemente de teorie a discursului”, Cluj-Napoca, Dacia, 1992, pp. 31-134
67. MICLĂU, Paul, *Semiotica lingvistică*, Timișoara, Facla, 1977, pp.112-126
68. MORIN, Edgar, *Essais sur les mas- media et la culture*, Paris, UNESCO, 1971

69. NANU, Adina, *VEZI? Comunicarea prin imagini*, f.e., București, 2002
70. 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.
71. OPREA, Ioan, "Existența, esența și manifestările limbii", în *Elemente de fiziofologia limbii*, Institutul European, Iași, 2007, pp. 29-206
72. OSGOOD, C. E., WALKER, E. G., „Motivation and language behaviour: content analysis of suicide notes”, *J. Abnorm. Soc. Psychol.*, 1959
73. OSGOOD, C. E., "The representational Model and Relevant research Methods", in I. de Sola Pool (edit.), *Trends in content analysis*, Urbana, University of Illinois Press, 1959
74. PARASCHIVESCU, Radu, *Dintre sute de clișee: așchii dintr-o limbă tare*, București, Humanitas Fiction, 2009
75. PEYROUTET, Claude, *La pratique de l'expression écrite*, Nathan, Paris, 1991
76. PEYROUTET, Claude, *Style et rhétorique* Nathan, Paris, 1994
77. RAIMY, V.C., „Self reference in counseling interviews”, in *J. Consul. Psychol.*, 13/1949
78. 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
79. ROCHE, J., *Le style des candidats à la Présidence de la République*, Ed. Privat, 1971
80. ROMEDEA, Adriana-Gertruda, *Formes discursives*, Bacău, Alma Mater, 2007
81. ROVENȚA-FRUMUȘANI, Daniela, *Semiotica discursului științific*, Editura Științifică, București, 1995
82. ROVENȚA-FRUMUȘANI, Daniela, *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*, București, Tritonic, 2005
83. SĂLĂVĂSTRU, Constantin, *Mic tratat de oratorie*, Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza" Iași, 2006
84. SĂLĂVĂSTRU, Constantin, *Arta dezbaterilor publice*, București, Tritonic, 2009
85. SĂLĂVĂSTRU, Constantin, *Discursul puterii. Încercare de retorică aplicată*, București, Tritonic, 2009
86. STOICA, Dan, *Logică și limbaj: instanțieri în spațiul cultural francez*, Iași, DAN, 2000.
87. STOICHIȚOIU-ICHIM, Adriana "Strategii persuasive în discursul publicitar (II)", în *Limbă și literatură*, anul XLII, Vol.III-IV, 1997
88. STOICHIȚOIU-ICHIM, Adriana, *discursului juridic*, Editura Universității din București, 2002
89. TUȚESCU, Mariana, *L'argumentation. Introduction a l'étude du discours*, Editura Universității din București, București, 1998
90. *** "Science & Vie", Juillet 2003 (Dossier hors série N°53 – Les codes secrets)

SURSE LEXICOGRAFICE:

91. DISCURSUL: Bidu-Vrâncău, Angela; Călărășu, Cristina; Ionescu-Ruxândoiu, Liliana; Mancaș, Mihaela; Pană Dindelegan, Gabriela; *Dicționar General de Științe. Științe ale limbii*, Editura Științifică, București, 1997.
92. DEX'96: *Dicționarul Explicativ al Limbii Române*, ediția a II-a, Editura Univers Enciclopedic, București, 1996.
93. Microsoft ENCARTA 98 Encyclopaedia, articolul Advertising
94. CD-ROM Ogilvy and Mather Bucharest
95. *Encyclopaedia Universalis*, articolul Publicité.
96. www.café.montreal.ca, articolul La Pub

2.4. Modalitatea de verificare

Examen scris (test-grilă și aplicații exersate la seminar). Examinarea se face pe baza tematicii cursului și seminarului, prin verificare pe parcurs (30%, în cadrul seminarului) și prin verificare finală sub forma examenului scris, care testează competențele teoretice (30%) și capacitatea de aplicare a acestora la situații practice (40%).

Pentru nota 5, studentul trebuie să îndeplinească următoarele cerințe minime:

- să reproducă definiții, criterii de clasificare și clasificări;
- să facă referiri corecte la autorii invocați și la lucrările acestora;
- să poziționeze corect subiectul de pe bilet în contextul situației de cunoaștere la care se referă, precum și în contextul cursului (sa nu confunde domeniile, capitolele, problemele abordate în curs).

Nota 10 se acordă studentului care a obținut la seminar nota 9 sau 10, iar la examenul oral îndeplinește următoarele cerințe:

- realizează unitatea cursului (legăturile logice dintre diferite domenii, capitole, probleme și soluții prezentate în curs);
- stăpânește cunoștințele teoretice din literatura recomandată sau/și suplimentară astfel încât le poate aplica fără efort la situațiile de comunicare indicate în subiectul de examen;
- manifestă gândire autonomă și creativă prin dezvoltările pe care le propune, prin observații critice pe marginea literaturii de specialitate (inclusiv pe marginea cursului), prin sugerarea unor direcții de cercetare.

2.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	13.11.2016 Sala 307 Ora 09.00	
	13.11.2016 Sala 307 Ora 10.30	
	13.11.2016 Sala 307 Ora 12.00	
	13.11.2016 Sala 307 Ora 13.30	
Seminar online	21.11.2016 ora 18.30	
	28.11.2016 ora 18.30	
	05.12.2016 ora 18.30	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	22.01.2017 Sala 506	11.02.2017 Sala 506
	Ora 09.00	Ora 09.00

COMUNICARE AUDIO-VIZUALĂ**Coordonator de disciplină:** conf. univ. dr. Ion STAVRE**Statut:** obligatorie**Număr de credite:** 8

3.1. Cadrul general al cursului

Cursul *Comunicare audio-vizuală* combină elementele unui curs clasic de producție de televiziune cu elemente din teoria comunicării, oferind o viziune de ansamblu a transformărilor care au loc în mass-media sub impulsul tehnologiei digitale.

Din domeniul producției de televiziune sunt prezente cele mai importante capitole: filmarea, scrierea pentru televiziune, editarea, sisteme de iluminat și aspecte privind teoria culorilor. Cursul mai conține capitole speciale dedicate tendințelor în publicitate, practicilor în mass-media americane și măsurătorilor de audiență. Capitolele dedicate filmării și editării sunt tratate amănunțit pentru a permite utilizatorului să-și producă singur reportaje și clipuri care pot fi ulterior postate pe o pagină de web.

La sfârșitul cursului se găsesc informații despre examen, despre teme de licență și despre testele grilă care vor fi folosite la examenul final. În privința temelor de disertație și licență, pot fi propuse și alte teme din domeniu care au relevanță. Pentru informații suplimentare, studenții pot folosi următoarea adresă de mail: .stavre@comunicare.

Cursul are la sfârșit o bogată documentație în limbile engleză și franceză care a fost adăugată pentru nevoile studenților, pentru referate, studiu sau pentru lucrările de licență.

3.2. Structura cursului

1. Imaginea: aspecte sociale, politice, economice ale imaginii
2. Oligarhii media și puterile lor miraculoase: evoluția jurnalismului, de la câinele de pază al democrației la informația-marfă
3. Aspecte ale europenizării societății românești
4. Gramatica de televiziune
5. Utilizarea luminii în televiziune
6. Tipuri de programe de televiziune. Surse de programe
7. Interviu
8. Caracteristicile mesajului audiovizual
9. Transmisiile directe
10. Tehnici de redactare a textelor pentru televiziune
11. Știrile de televiziune
12. Scrisul pentru televiziune
13. Analiza audienței și marketingul de televiziune
14. Ghid de analiză și interpretare a programelor de televiziune

3.3. Bibliografie

Bălășescu, Mădălina, *Manual de televiziune*, Editura Polirom, Iași, 2003.

Stavre, Ion, *Reconstrucția societății românești prin audiovizual*, Editura Nemira, București, 2004.

Silverstone, Roger, *Televiziunea în viața cotidiană*, Editura Polirom, Iași, 1994.

Lury, Karen, *Interpreting Television*, a Hodder Arnold Publication, iunie 2005.

*** *Television, memoire et identités nationales*, Editura Harmattan, Paris, 2003.

Truauux , B., *Acoustic Communication*, Greenwood Press, Ottawa, 2001.

Pentru acest curs poate fi consultat orice volum care are ca obiect scrierea pentru televiziune, producția de televiziune, producția de filme documentare.

3.4. Modalitatea de verificare

La cursul de comunicare audio-vizuală, examinarea pe parcurs presupune următoarele puncte:

1. Fiecare student va prezenta un referat pe parcurs, cu o lună înainte de examen, la alegere, din trei variante prezentate în curs.

2. Fiecare student va prezenta o traducere, la alegere, din fișierele atașate cursului.

3. Fiecare student poate face o aplicație video care va fi prezentată cu ocazia tutoriatului.

Fișierul cu notele de curs conține și articole puse la dispoziția studenților pentru traducere la alegere.

Evaluarea studenților se realizează prin examen online la sfârșitul semestrului și printr-o lucrare de 3-6 pagini care trebuie să conțină o analiză a unei emisiuni de televiziune cu următoarele puncte obligatorii:

- canalul care a difuzat emisiunea;
- titlul emisiunii;
- data și ora de difuzare;
- durata emisiunii;
- ratingul și share-ul emisiunii;
- tipul emisiunii (talk-show, documentar etc.);
- analiza tehnicilor de filmare;
- analiza mesajelor utilizate de invitați sau de realizatori;
- alte observații;
- concluzii.

Lucrarea reprezintă 50% din valoarea notei finale și se trimite cu o lună înainte de susținerea examenului utilizând facilitatea *Proiect final*, facilitate disponibilă pe platforma de e-learning. Lucrarea va fi dactilografiată cu corp 14 și caractere Times New Roman și va conține numele, prenumele, grupa și forma de învățământ pe care o urmează autorul.

3.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	05.11.2016 Sala 307 Ora 09.00	
	05.11.2016 Sala 307 Ora 10.30	
	05.11.2016 Sala 307 Ora 12.00	
	05.11.2016 Sala 307 Ora 13.30	
Seminar online	15.11.2016 ora 19.00	
	22.11.2016 ora 19.00	
	29.11.2016 ora 19.00	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	14.01.2017 Sala 506	04.02.2017 Sala 506
	Ora 12.00	Ora 09.00

4.	ANALIZA IMAGINII	
	Coordonator de disciplină:	conf. univ. dr. Bogdan HALIC
	Asistent:	lector univ. dr. Corina BUZOIANU-DABA
	Statut:	obligatorie
	Număr de credite:	8

4.1. Cadrul general al cursului

Înființat în anul universitar 2002-2003, cursul a constituit o interesantă experiență, în primul rând pentru autori. Trebuie menționat faptul că realizarea acestui curs este rezultatul unei experiențe practice a autorilor de peste zece ani, într-o structură centrală de relații publice a unei organizații cu vocație națională și, în egală măsură, a unor îndelungate și aprofundate cercetări interdisciplinare (sociologia organizațiilor, istorie, imagologie, imagologie istorică, psihologie socială, management și marketing etc.).

4.2. Structura cursului

Cursul cuprinde 11 teme și este structurat în două părți. Prima parte, care cuprinde patru teme – Tema 1. *Imaginea socială a organizațiilor*, Tema 2. *Sistemul indicatorilor de imagine*, Tema 3. *Instrumente de lucru* și Tema 4. *Complexul imagologic* – vizează mai mult abordări teoretice, crearea sistemului noțional și familiarizarea studenților cu instrumentele și metodele de lucru specifice analizei imaginii.

Partea a doua, cuprinzând celelalte opt teme Tema 5. *Profilurile de imagine și indicii de imagine*, Tema 6. *Interpretarea profilurilor de imagine*, Tema 7. *Instrumente de lucru suplimentare (profiluri evenimențiale, profiluri mass-media și diagrame dinamică)*, Tema 8. *Cuantificarea datelor*, Tema 9. *Analiza imaginii*, Tema 10. *Planificarea imaginii* și Tema 11. *Imaginea socială construită prin intermediul filmului artistic* – are un caracter mai concret, vizând construirea profilurilor, calcularea indicilor și interpretarea rezultatelor obținute din prelucrarea datelor, ca și analiza imaginii construită prin intermediul filmelor artistice.

Fiecare temă este însoțită de un set de întrebări pentru fixarea cunoștințelor, precum și de activități practice a căror rezolvare este indispensabilă înțelegerii și aprofundării problematicei cursului.

4.3. Bibliografie

Bibliografia și filmografia sunt consemnate pe suportul de curs.

4.4. Modalitatea de verificare

Studenții care urmează cursul *Analiza imaginii* vor fi evaluați în două etape. Prima etapă o constituie evaluarea pe parcurs și constă în transmiterea pe portalul disciplinei a rezultatelor activităților practice indicate în tabelul de mai jos.

Nr. crt.	Activitatea	Termen	Mod de transmitere
1	Stabilirea sistemului indicatorilor de imagine pentru o instituție din cele care fac obiectul filmografiei indicate; documentul va cuprinde denumirea instituției alese, o descriere sumară a specificului activității acestora și sistemul indicatorilor de imagine	30 noiembrie 2016	secțiunea Referate de pe portalul de disciplină
2	Realizarea profilurilor de imagine rezultate în urma monitorizării referirilor la instituția aleasă în unul din filmele indicate la filmografia cursului; documentul va cuprinde titlul filmului monitorizat, tabelul cu datele primare ale monitorizării și profilurile de imagine	30 decembrie 2016	secțiunea Referate de pe portalul de disciplină

Referatele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, cele trimise pe adresa de e-mail a cadrelor didactice nefiind luate în considerare.

Referatele vor fi salvate ca documente word (cu extensia „.doc” și nu „.docx”) sau .pdf., sub un nume care urmează modelul: NUME_PRENUME_nr.referat_numecactor-social-analizat (ex: POPESCU_ION_2_Marginalii).

Media notelor obținute la evaluarea pe parcurs (cu două zecimale, fără rotunjire) constituie o treime din nota finală.

A doua etapă constă în susținerea examenului sub forma unui test grilă. Nota la testul grilă (cu două zecimale, fără rotunjire) reprezintă două treimi din nota finală. Pentru a promova examenul este necesar ca la testul final să se obțină cel puțin nota **5,00** (fără rotunjire). Testul final va fi similar testului de autoevaluare (grilă cu itemi închiși), fără însă a viza calcule pentru construirea profilurilor de imagine.

4.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	06.11.2016 Sala 104 Ora 09.00	
	06.11.2016 Sala 104 Ora 10.30	
	06.11.2016 Sala 104 Ora 12.00	
	06.11.2016 Sala 104 Ora 13.30	
Seminar online	10.11.2016 ora 18.00	
	17.11.2016 ora 18.00	
	24.11.2016 ora 18.00	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	15.01.2017 Sala 307 Ora 09.00	12.02.2017 Sala 307 Ora 09.00

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

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. **Recrutarea și selecția de personal**
Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Camelia CRIȘAN

MANAGEMENTUL STRATEGIC AL RESURSELOR UMANE. DIAGNOZA ORGANIZAȚIONALĂ

1.

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

1.1. Cadrul general al cursului

Acesta este un curs introductiv în diagnoza organizațională. Mulți din 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 (CD).

1.4. 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 50% din nota finală și se bazează pe o lucrare științifică.

Lucrarea 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 1 decembrie și vor fi comunicate studenților în scris (email). Lucrarea va trebui predată până la data susținerii examenului, tot prin email sau în format tipărit.

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 (job demands), adică un stresor, care este documentat a fi relaționat cu epuizarea (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. Este obligatorie aderența la stilul de redactare APA și utilizarea diacriticeilor. Lucrările cu vicii de formă sunt respinse automat (așadar formatați în stil APA și scrieți cu diacritice!).

Evaluarea finală este un test-grilă de întrebări cu opțiuni multiple.

1.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminar față în față	11.12.2016 Sala 307 Ora 10.00		11.12.2016 Sala 307 Ora 10.00	
	11.12.2016 Sala 307 Ora 11.30		11.12.2016 Sala 307 Ora 11.30	
	11.12.2016 Sala 307 Ora 13.00		11.12.2016 Sala 307 Ora 13.00	
	11.12.2016 Sala 307 Ora 14.30		11.12.2016 Sala 307 Ora 14.30	
Seminar online	22.12.2013 ora 18.30		22.12.2013 ora 18.30	
	12.01.2017 ora 18.30		12.01.2017 ora 18.30	
	19.01.2017 ora 18.30		19.01.2017 ora 18.30	
Examene	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	21.01.2017 Sala 506 Ora 10.30	29.01.2017 Sala 506 Ora 10.30	21.01.2017 Sala 506 Ora 10.30	29.01.2017 Sala 506 Ora 10.30

CULTURĂ ȘI COMPORTAMENT ORGANIZAȚIONAL

2.

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

2.1. Cadrul general al cursului

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. Capitolele care nu sunt enumerate pot fi consultate ca lectură suplimentară.

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 aferentă cursului se regăsește în interiorul suportului de curs (CD-ului).

2.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea finală a cunoștințelor se realizează printr-un test ce include grile cu întrebări închise.

2.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminar față în față	06.11.2016 Sala 317 Ora 09.00		06.11.2016 Sala 317 Ora 09.00	
	06.11.2016 Sala 317 Ora 10.30		06.11.2016 Sala 317 Ora 10.30	
	06.11.2016 Sala 317 Ora 12.00		06.11.2016 Sala 317 Ora 12.00	
	06.11.2016 Sala 317 Ora 13.30		06.11.2016 Sala 317 Ora 13.30	
Seminar online	15.11.2016 ora 18.00		15.11.2016 ora 19.30	
	22.11.2016 ora 18.00		22.11.2016 ora 19.30	
	29.11.2016 ora 18.00		29.11.2016 ora 19.30	
Examene	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	14.01.2017 Sala 506 Ora 09.00	28.01.2017 Sala 506 Ora 10.30	14.01.2017 Sala 506 Ora 09.00	28.01.2017 Sala 506 Ora 10.30

MANAGEMENTUL PERSONALULUI

3.

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 recrutare angajaților având ca țintă finală crearea selecției și integrarea acestora.

Necesitatea derulării proceselor amintite deriva din specificitatea etapei economice pe care o parcurge societatea/societatea românească în prezent.

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 management 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

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

ADIRONDAK SANDY, *Managementul, pur și simplu?*, București, Editura Fundației pentru Dezvoltarea Societății Civile, 1999;

ATTWOOD MARGARET, DIMMOCK STUART, *Personal management*, Macmillan Business Masters;

CHELCEA ADINA, coordonator, *Psihoteste*, Societatea "Știință & Tehnică" S.A., București, 1996;

CHELCEA ADINA, coordonator *Psihoteste (2) – Cunoașterea de sine și a celorlalți*, Societatea Știință & Tehnică, București, 1997;

EMILIAN RADU, coordonator, *Conducerea resurselor umane*, Editura Expert, 1999;

HARRIS MICHAEL, *Human resource management – a practical approach*, The Dryden Press, Harcourt Brace College Publishers, 1997;

HOFFMAN JONATHAN, coordonator *Aproape totul despre managementul întreprinderilor mici și mijlocii*, Fundația pentru promovarea întreprinderilor mici și mijlocii, Brașov, 2002;

LLOYD L. BYARS, LESLIE W. RUE, *Human resource management*, Richard D. Irwin, Inc.;

MANOLESCU AUREL, *Managementul resurselor umane*, Editura Economică, 2001;

MUNTEAN MARCELA, BURTEA IOAN, NOVAC CARMEN, MUNTEAN OVIDIU, *Managementul resurselor umane*, Curs organizat de programul Phare Tempus IB JEP_14208-1999/2001;

MUNTEAN MARCELA, BURTEA IOAN, , NOVAC CARMEN, MUNTEAN OVIDIU, *Vocabular, cultură, comunicare* Curs organizat de programul Phare Tempus IB JEP_14208-1999/2001;

NICOLESCU OVIDIU, VERBONCU ION, *Management*, Editura Economică, 1999;

NICULESCU MARIA, *Diagnostic global strategic*, Editura Economică, 1997;

NOVAC CARMEN, PITARIU HORIA D., (2000). *Managementul resurselor umane- evaluarea performanțelor profesionale*. București. Editura AllBeck.

PITARIU HORIA D.,. (2003). *Proiectarea fișelor de post, evaluarea posturilor de muncă și a personalului*. București: Casa de Editură Irecson.

STĂNCIOIU ION, MILITARU GHEORGHE, *Management – elemente fundamentale*, Editura Teora, 1999;

VERBONCU ION, *Cum conducem? – ghid metodologic pentru manageri*, Editura Tehnică, București, 1999;

***, *“Consilier – Managementul resurselor umane”*, Editura Rentrop & Straton, 2001;

Legea 53-2003 modificată și republicată în Monitorul Oficial, Partea I nr.345 din 18-05-2011.

3.4. Modalitatea de verificare

- evaluare prin teste grilă, itemi închiși și deschiși

3.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminar față în față	05.11.2016 Sala 317 Ora 09.00		05.11.2016 Sala 317 Ora 09.00	
	05.11.2016 Sala 317 Ora 10.30		05.11.2016 Sala 317 Ora 10.30	
	05.11.2016 Sala 317 Ora 12.00		05.11.2016 Sala 317 Ora 12.00	
	05.11.2016 Sala 317 Ora 13.30		05.11.2016 Sala 317 Ora 13.30	
Seminar online	07.11.2016 ora 17.30		07.11.2016 ora 19.00	
	14.11.2016 ora 17.30		14.11.2016 ora 19.00	
	21.11.2016 ora 17.30		21.11.2016 ora 19.00	
Examene	Șansa 1 22.01.2017 Sala 506 Ora 10.30	Șansa 2 05.02.2017 Sala 506 Ora 12.00	Șansa 1 22.01.2017 Sala 506 Ora 10.30	Șansa 2 05.02.2017 Sala 506 Ora 12.00

RECRUTAREA ȘI SELECȚIA DE PERSONAL

4.

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

1. *resurselor umane*, Georgeta Pănișoară, Ion Ovidiu Pănișoară, Ed. Polirom, 2007.
2. *Proiectarea fișelor de post, evaluarea posturilor de muncă și a personalului*, Horia D. Pitariu, Ed. Irecson, 2006.
3. *Managementul resurselor umane* (ediția a patra), Aurel Manolescu, Ed. Economică, 2003.
4. *Managementul personalului*, G.A. Cole, Ed. Codecs, 1997.
5. *Strategiile resurselor umane*, Bernard Gazier, Ed. Institutul European, 2003.
6. *Managementul resurselor umane*, Robert L. Mathis, Panaite Nica, Costache Rusu, Ed. Economică, 1997.
7. *Managementul resurselor umane*, Michael Armstrong, Ed. Codecs, 2003.
8. *Tehnici și instrumente de recrutare și selecție*, Ion Stegaroiu, Nicoleta-Valentina Florea, Ed. C H Beck, 2013.
9. *Effective Recruitment and Selection Practices*, R. L. Compton, William J. Morrissey, Alan R. Nankervis, Bill Morrissey, CCH Australia Limited, 2009.
10. *Assessment Methods in Recruitment Selection and Performance: A Manager's Guide to Psychometric Testing Interviews and Assessment Centres*, Robert Edenborough, Kogan Page, 2007.
11. *Competency-Based Recruitment & Selection: A Practical Guide* (Wiley Series in Strategic HRM), Wood și Payne, 1998.

4.4. Modalitatea de verificare

Nota finală va fi obținută pe baza unui test de cunoștințe care va cuprinde atât itemi închisi cât și deschiși, întrebări care evaluează capacitatea masterandului de a realiza un proces de selecție.

4.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminar față în față	19.11.2016 Sala 509 Ora 09.00		19.11.2016 Sala 509 Ora 09.00	
	19.11.2016 Sala 509 Ora 10.30		19.11.2016 Sala 509 Ora 10.30	
	19.11.2016 Sala 509 Ora 12.00		19.11.2016 Sala 509 Ora 12.00	
	19.11.2016 Sala 509 Ora 13.30		19.11.2016 Sala 509 Ora 13.30	
Seminar online	17.11.2016 ora 19.00		17.11.2016 ora 21.00	
	24.11.2016 ora 19.00		24.11.2016 ora 21.00	
	08.12.2016 ora 19.00		08.12.2016 ora 21.00	
Examene	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	15.01.2017 Sala 509 Ora 11.00	04.02.2017 Sala 509 Ora 11.00	15.01.2017 Sala 509 Ora 11.00	04.02.2017 Sala 509 Ora 11.00

Masterat în Comunicare managerială și resurse umane
Anul II
Semestrul III

DISCIPLINE	
1.	Drept și legislația muncii Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat prof. univ. dr. Valerică DABU
2.	HR Metrics Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat lector univ. dr. Lavinia ȚÂNCULESCU
3.	Managementul talentului în organizații Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Cătălina CICEI
4.	Politici ocupaționale în UE Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Valeriu FRUNZARU

DREPT ȘI LEGISLAȚIA MUNCII

1.

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

1.1. Cadrul general al cursului

Având în vedere specificul economiei de piață, creșterea numărului agenților economici privați, complexitatea și multitudinea activităților comerciale, a implicațiilor acestora asupra relațiilor sociale de muncă, în colectivitatea de salariați, funcționari privați și funcționari publici, ne propunem să pregătim cursanții, viitori manageri în domeniul public sau privat, ori funcționari publici sau privați, cu principalele probleme de drept ce pot apare 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 respectarea legii.

- În exercitarea atribuțiilor de serviciu, managerii, angajatorii și angajații trebuie să cunoască, să respecte și să aplice în condiții de maximă eficiență Codul muncii, legile specifice 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 codului muncii, protecția și inspecția muncii, timpul de muncă, de odihnă, salarizarea, dialogul social și jurisdicția muncii.

- Însușirea și folosirea unor principii de drept privind dialogul social între autorități, sindicate, salariați, patronat, managerii în soluționarea conflictelor de muncă sub aspectul conflictelor de interese precum și conflictelor de drepturi etc.

Obiective specifice ale cursului:

- cunoașterea clauzelor contractului individual de muncă, efectele juridice ale acestora, modalității de consimțământ și limitelor; 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 concedierii și modalitățile de sancționare a concedierilor nelegale;
- cunoașterea de aspecte actuale ale timpului de muncă, timpului de odihnă și salarizare;
- mijloace, metode de dialog social, în prevenirea și soluționarea conflictelor de muncă;
- cunoașterea noilor prevederi ale Contractului colectiv de muncă unic la nivel național;
- cunoașterea problemelor actuale specifice jurisdicției muncii.

1.2. Structura cursului

TITLUL I. DREPTUL MUNCII CA RAMURĂ DE DREPT

TITLUL II. CONTRACTUL INDIVIDUAL DE MUNCĂ

TITLUL III. TIMPUL DE MUNCĂ ȘI TIMPUL DE ODIHNĂ

TITLUL IV. SALARIZAREA

TITLUL VI. RĂSPUNDEREA JURIDICĂ

TITLUL VII. DIALOGUL SOCIAL

1.3. Bibliografie

- Valerică Dabu, *Drept și legislația muncii*, Editura S.N.S.P.A, București, 2010, (format electronic).
- Alexandru Țiclea, *"Tratat de Dreptul muncii"*, Editura Rosetti, București, 2010
- Ion Traian Ștefănescu, *"Tratat de Dreptul muncii"*, Editura Wolters Kluwer, București, 2007.
- Ion Traian Ștefănescu, *"Tratat elementar de drept al muncii"*, Editura Lumina Lex, București, 1999
- Valerică Dabu, *"Răspunderea juridică a funcționarului public"*, Editura "Global Lex", București. 2000.
- Alexandru Țiclea, *Contractul individual de muncă*, Editura, Lumina Lex, București, 2003.
- V.I. Prisăcaru, *"Contenciosul administrativ român"*, Editura ALL, București 1995.
- Gheorghe Filip, Liviu Filip, *"Dreptul muncii și securității sociale"*, Editura Argonaut, Cluj-Napoca, 1999
- Virginia Verdinaș, *"Statutul funcționarului public"*, Editura Nemira, București, 1999
- Virginia Verdinaș, *"Legea nr. 188/1999 privind Statutul funcționarului public. Comentat "*, Editura Lumina Lex, București, 2000
- Ion Traian Ștefănescu, *"Cartea albă a Uniunii Europene și impactul ei asupra viitoarei legislații a muncii "*, în revista *Dreptul* nr. 12/1995
- Popescu Aurel, *Drept internațional al muncii*, Editura C.H. Beck, București, 2006.
- Septimiu, Panainte, *Contractul individual de muncă, Practică judiciară*, Editura Hamangiu, București, 2006.
- Vasile, Val, Popa, *Dreptul muncii Sinteză de practică judiciară*, Editura All Beck, București, 2004;
- George Kohlrieser, *Soluționarea conflictelor și creșterea performanței*, Editura Polirom, Iași, 2007;
- Arthur H. Bell, *Gestionarea conflictelor în organizații*, Editura Polirom, Iași 2007;
- Veronica Pribac, *Abuzul de drept și contractele de muncă*, Editura Wolters Kluwer, București 2007;
- Gabriela Georgiana Schmutzer, *Dreptul Muncii, 2006-2008*, Editura Moroșan, București 2008 ;
- Claudiu Coman, *Tehnici de negociere*, Editura C.H. Beck, București 2007;
- Leigh Thompson, *Mintea și inima negociatorului*, Editura Meteor press, București 2007;
- Nicholas Reid Schaffzin, *Negociază inteligent*, Editura ALL, București, 2007;
- Contractul colectiv de muncă unic la nivel național pe anii 2007-2010*;
- Codul muncii (Legea nr. 53 /2003). Legea nr. 237/2007. Legea nr. 94/2007. OUG nr. 55/2006. Legea nr.488/2006. Legea nr.226/2006. Legea nr. 67/2006. Legea nr. 467/2006. HG nr. 161/2006. Legea nr. 108/1999. OUG. nr.65/2005. Legea nr. 200/2006. Legea nr. 344/2006. Legea nr.226/2006. Legea nr. 319/2006.*
- Legea nr. 130/1999. Legea nr. 203/1999. Legea nr. 188/1999. Legea nr. 90/1996. Legea nr. 98/1999. Legea nr.76/2002. Legea nr.54/2003. Legea nr. 130/1996. Legea nr.168/1999.*
- Ordonanța Guvernului nr. 129/2000. Legea nr. 19/2000. Legea nr. 331/2009; Legea nr.49/2010.*

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 înțocmit pe baza unei bibliografii suficiente, cu contribuții personale; referatul va fi trimis pe adresa de e-mail a titularului de curs: valerica.dabu@comunicare.ro
- examen pe bază de test grilă.

1.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminar față în față	19.11.2016 Sala 317 Ora 09.00		19.11.2016 Sala 317 Ora 09.00	
	19.11.2016 Sala 317 Ora 10.30		19.11.2016 Sala 317 Ora 10.30	
	19.11.2016 Sala 317 Ora 12.00		19.11.2016 Sala 317 Ora 12.00	
	19.11.2016 Sala 317 Ora 13.30		19.11.2016 Sala 317 Ora 13.30	
Seminar online	25.11.2016 ora 17.00		25.11.2016 ora 18.30	
	09.12.2016 ora 17.00		09.12.2016 ora 18.30	
	16.12.2016 ora 17.00		16.12.2016 ora 18.30	
Examene	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	14.01.2017 Sala 506 Ora 10.30	28.01.2017 Sala 506 Ora 09.00	14.01.2017 Sala 506 Ora 10.30	28.01.2017 Sala 506 Ora 09.00

HR METRICS

2.

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat
lector univ. dr. Lavinia ȚÂNCULESCU
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 capitalul 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.

Partea dedicată abordării descrierii indicatorilor de performanță se concentrează pe conceptul de măsurare a proceselor ce implică participarea efectivă a angajaților. 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.

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 cadre relevante pentru realizarea măsurării eficienței organizaționale în funcție de tipul de organizație și de procesele și activitățile specifice vizate în măsurare; să poată identifica zonele optime de implementare a schimbărilor în vedere îmbunătățirii performanței organizaționale.

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

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

2.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea pe parcurs are o pondere de 40% din nota finală și se bazează pe o lucrare științifică (TEMA 1).

Lucrarea științifică (TEMA1) 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. Câteva exemple de teme sunt date mai jos:

- Absenteismul - antecedente și efecte
- 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

Lucrarea științifică (TEMA 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 diacriticelor. Lucrările cu vicii de formă sunt respinse automat (așadar se impune formatarea în stil APA și editarea cu diacritice!).

Răspunsurile la examen (evaluarea finală) - 50%

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 dintr-un test-grilă și un studiu de caz.

Testul grilă va conține 30-50 de întrebări precodificate și un număr de 3 sau 4 alternative de răspuns, dintre care una singură este corectă (una și numai una)..

Partea practică a examenului va consta din analiza unui studiu de caz care 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, în cazul părții practice a examenului, va fi ca fiecare dintre studenți 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 temei 1 din cadrul evaluării parțiale în termenul comunicat.

Condiții de promovare. Definirea corectă a conceptelor de bază ale fiecărei teme, recunoașterea principalelor teorii și paradigme și a principalelor metode de cercetare. Depunerea lucrării din cadrul evaluării parțiale și obținerea la fiecare dintre acestea, inclusiv la examenul final, bazat pe test grilă, minimum nota 5.

Criterii de evaluare. Să cunoască diversele abordări, paradigme și teorii relevante în tratarea oricărei teme a disciplinei. Să poată analiza, compara și interpreta texte ale unor autori marcanți ai domeniului. Să opereze cu instrumentele și metodele de analiză specifice măsurării din cadrul organizației. Să operaționalizeze cadrul teoretic prezentat și discutat la curs și la lucrările practice de seminar.

2.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminar față în față	10.12.2016 Sala 317 Ora 10.00		10.12.2016 Sala 317 Ora 10.00	
	10.12.2016 Sala 317 Ora 11.30		10.12.2016 Sala 317 Ora 11.30	
	10.12.2016 Sala 317 Ora 13.00		10.12.2016 Sala 317 Ora 13.00	
	10.12.2016 Sala 317 Ora 14.30		10.12.2016 Sala 317 Ora 14.30	
Seminar online	22.12.2013 ora 18.30		22.12.2013 ora 18.30	
	12.01.2017 ora 18.30		12.01.2017 ora 18.30	
	19.01.2017 ora 18.30		19.01.2017 ora 18.30	
Examene	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	21.01.2017 Sala 506 Ora 12.00	29.01.2017 Sala 506 Ora 09.00	21.01.2017 Sala 506 Ora 12.00	29.01.2017 Sala 506 Ora 09.00

MANAGEMENTUL TALENTULUI ÎN ORGANIZAȚII

3.

Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Cătălina CICEI

Statut: obligatorie

Număr de credite: 8

3.1. Cadrul general al cursului

Cursul definește managementul talentelor (Talent Management) ca pe o integrare strategică a eforturilor tactice de resurse umane, pusă sub semnul spiritului care animă în contemporaneitate acest domeniu. Cursul este în cea mai mare parte a sa un curs de evaluare riguroasă a talentului. Punctul de plecare îl constituie constructul de "competență", care este apoi tratat la nivel de măsurare comportamentală și psihologică, iar apoi integrat în procese de resurse umane, precum selecția, dezvoltarea, planificarea succesiunii și dezvoltarea carierei. Cursul tinde atât la transferul de cunoștințe despre metode și contextul lor de aplicare, precum și la dezvoltarea deprinderii "gândire critică", evident aplicată la context profesional. Cursul se va baza în interacțiunea de la clasă pe prelegeri teoretice, analiza unor studii de caz și reflecție critică. Cursul va presupune de asemenea parcurgerea unui bibliografii necesare acumulării de cunoștințe relevante de către studenți.

Obiectivele cursului

În urma parcurgerii acestui curs, un student trebuie să poată opera cu teoriile, conceptele și modelele relevante ale domeniului managementului talentelor și mai ales să poată folosi în mod critic cunoștințele însușite. Utilizarea gândirii profesionale critice este de altfel obiectivul principal al cursului, având scopul de a modela studenții ca viitori practicieni care operează pe bază de dovezi științifice (evidence-based practitioner).

3.2. Structura cursului

Partea I. Introducere

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

3.3. Bibliografie

- 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

Test grilă: Testul grilă conține 45 de itemi. Fiecare item este compus dintr-o întrebare și un număr de 3 sau 4 alternative de răspuns, din care una singură este corectă.

Condiții de promovare: Definirea corectă a conceptelor de bază ale fiecărei teme, recunoașterea principalelor teorii și paradigme, operarea minimală cu cel puțin un cadru de competențe, cunoașterea specificului a cel puțin 2 metode de evaluare comportamentală, integrarea de date și trasarea de obiective pentru cel puțin două procese integrate în managementul talentului.

3.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminar față în față	12.11.2016 Sala 510 Ora 09.00		12.11.2016 Sala 510 Ora 09.00	
	12.11.2016 Sala 510 Ora 10.30		12.11.2016 Sala 510 Ora 10.30	
	12.11.2016 Sala 510 Ora 12.00		12.11.2016 Sala 510 Ora 12.00	
	12.11.2016 Sala 510 Ora 13.30		12.11.2016 Sala 510 Ora 13.30	
	20.11.2016 Sala 510 Ora 09.00		20.11.2016 Sala 510 Ora 09.00	
	20.11.2016 Sala 510 Ora 10.30		20.11.2016 Sala 510 Ora 10.30	
	20.11.2016 Sala 510 Ora 12.00		20.11.2016 Sala 510 Ora 12.00	
	20.11.2016 Sala 510 Ora 13.30		20.11.2016 Sala 510 Ora 13.30	
Seminar online	15.11.2016 ora 18.00		15.11.2016 ora 19.30	
	22.11.2016 ora 18.00		22.11.2016 ora 19.30	
	29.11.2016 ora 18.00		29.11.2016 ora 19.30	
	06.12.2016 ora 18.00		06.12.2016 ora 19.30	
	13.12.2016 ora 18.00		13.12.2016 ora 19.30	
	20.12.2016 ora 18.00		20.12.2016 ora 19.30	
Examene	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	15.01.2017 sala 506 ora 10.30	04.02.2017 sala 506 ora 10.30	15.01.2017 sala 506 ora 10.30	04.02.2017 sala 506 ora 10.30

POLITICI OCUPAȚIONALE ÎN UE

4.

Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Valeriu FRUNZARU
Statut: obligatorie
Număr de credite: 8

4.1. Cadrul general al cursului

După 1 ianuarie 2007, piața forței de muncă din România devine parte a pieței forței de muncă a UE. Cu excepția unei perioade de tranziție, care poate dura de la zero la șapte ani (depinde de fiecare stat membru), lucrătorii români pot obține locuri de muncă în UE, având aceleași drepturi cu lucrătorii cetățeni ai statului gazdă. Motivația acestui curs vine din faptul că specialiștii în resurse umane trebuie să privească nu doar piața forței de muncă din România, ci să-și lărgască orizontul la piața forței de muncă a UE. În acest curs, este prezentată politica ocupării forței de muncă a UE și situația ocupării forței de muncă în UE, punând accent pe situația României 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, este prezentată *Strategia Europeană de Ocupare* și situația ocupării forței de muncă în UE din perspectiva acestei strategii, pe baza datelor oferite de Eurostat și de Institutul Național de Statistică din România.

4.2. Structura cursului

Muncă și ocupare. Delimitări conceptuale
Ocuparea forței de muncă și statul bunăstării
Abordări sociologice clasice asupra muncii: Karl Marx, Emile Durkheim, Max Weber
Politica UE cu privire la ocuparea forței de muncă. Direcții generale
Strategia Europeană de Ocupare. Abordare din perspectiva ciclului de viață
Strategia Europeană de Ocupare. Egalitatea de gen
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 cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminar față în față	20.11.2016 Sala 317 Ora 09.00		20.11.2016 Sala 317 Ora 09.00	
	20.11.2016 Sala 317 Ora 10.30		20.11.2016 Sala 317 Ora 10.30	
	20.11.2016 Sala 317 Ora 12.00		20.11.2016 Sala 317 Ora 12.00	
	20.11.2016 Sala 317 Ora 13.30		20.11.2016 Sala 317 Ora 13.30	
Seminar online	16.11.2016 ora 17.30		16.11.2016 ora 17.30	
	23.11.2016 ora 17.30		23.11.2016 ora 17.30	
	07.12.2016 ora 17.30		07.12.2016 ora 17.30	
Examene	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	22.01.2017 Sala 317 Ora 09.00	05.02.2017 Sala 317 Ora 09.00	22.01.2017 Sala 317 Ora 09.00	05.02.2017 Sala 317 Ora 09.00

Masterat în Management și comunicare în afaceri
Anul I
Semestrul I

DISCIPLINE

- | | |
|-----------|--|
| 1. | Comunicare I. Comunicarea internă
Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Diana-Maria CISMARU
cadru didactic asociat dr. Denisa TUDOR |
| 2. | Comunicare II. Comunicarea externă a firmei
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat conf. univ. dr. Florina PÎNZARU
cadru didactic asociat asist. univ. dr. Alina MIHALCEA |
| 3. | Marketing
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat conf. univ. dr. Florina PÎNZARU
cadru didactic asociat asist. univ. dr. Andreea MITAN |
| 4. | Negociere în afaceri
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat prof. univ. dr. Ioan DEAC |

COMUNICARE I. COMUNICAREA INTERNĂ

1.

Coordonator de disciplină:	conf. univ. dr. Diana-Maria CISMARU
Asistent:	cadru didactic asociat dr. Denisa TUDOR
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	8

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: elemente introductive
2. Metode de studiu în comunicarea internă
3. Comunicarea și funcțiile conducerii
4. Stiluri de conducere și comunicare
5. Comunicare formală și informală
6. Comportamentul organizațional și comunicarea
7. Comunicarea internă și managementul performanței
8. Identitatea organizațională și construirea ei strategică
9. Cultura organizațională
10. Comunicarea internă strategică

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

Probe de evaluare și ponderea lor:

- Prezența și activitatea la seminarele online – 50%
- Caiet de aplicații de mică întindere – 50%

Observații:

- Detalii cu privire la criteriile de evaluare a activității la seminarele online se găsesc pe pagina disciplinei, pe platforma de e-learning.
- Caietul de aplicații se realizează prin preluarea a 4-7 teme de la capitole diferite de la “Teme pentru aplicații” și rezolvarea lor, fiecare pe 1-2 pagină, pe baza unor date și cazuri din organizații românești. Caietele de aplicații care conțin informații luate cu copy-paste de pe internet vor fi respinse, la fel cele care conțin mai mult de 15 pagini.
- Caietul de aplicații se trimite de către studenți pe platforma de e-learning la secțiunea **Proiect final** de pe pagina disciplinei Comunicare internă, cu respectarea termenului stabilit (finalul sesiunii). Pentru restanțe rămân valabile aceleași condiții și criterii de evaluare.

1.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

	GRUPA 1	
Seminar față în față	02.11.2016 sala 317 ora 17.00	
	09.11.2016 sala 317 ora 17.00	
	16.11.2016 sala 317 ora 17.00	
	23.11.2016 sala 317 ora 17.00	
	07.12.2016 sala 317 ora 17.00	
	14.12.2016 sala 317 ora 17.00	
	21.12.2016 sala 317 ora 17.00	
	11.01.2017 sala 317 ora 17.00	
Seminar online	21.11.2016 ora 18.30	
	09.01.2017 ora 18.30	
	16.01.2017 ora 18.30	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	27.01.2017 *Proiect final	03.02.2017 *Proiect final

*Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning.

COMUNICARE II. COMUNICAREA EXTERNĂ A FIRMEI

2.

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat conf. univ. dr. Florina PÎNZARU
Asistent: cadru didactic asociat asist. univ. dr. Alina MIHALCEA
Statut: obligatorie
Număr de credite: 7

2.1. Cadrul general al cursului

Obiective generale ale cursului:

Realizarea unei baze de cunoștințe fundamentale în domeniul comunicării și relațiilor publice.

Obiective specifice ale cursului:

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

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 comunicare și apoi distingem principalele teorii și instrumente cu aplicabilitate în gestionarea comunicării externe 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.

De asemenea, resursele suplimentare și bibliografia propusă în suportul de curs pot fi utile studenților care urmăresc să aprofundeze o problemă sau alta.

I Relațiile publice – definiție și modele

II Publicul

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

BLAND, Michael; THEAKER, Alison; WRAGG, David, *Relațiile eficiente cu mass media*, Comunicare.ro, București, 2003

COMAN, Cristina, *Relațiile publice și mass-media*, Editura POLIROM, Ediția a 2-a, București, 2000.

COMAN, Cristina, *Relațiile publice, principii și strategii*, Editura POLIROM, București, 2001.

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.

HUNT, Todd, GRUNIG, James E., *Public Relations Techniques*, Harcourt Brace College Publishers, 1994.

MCQUAIL, Denis, WINDAHL, Sven, *Modele ale comunicării*, Editura comunicare.ro, București, 2001.

REGESTER, Michael; LARKIN, Judy, *Managementul crizelor si al situatiilor de risc*, Comunicare.ro, București, 2003

2.4. Modalitatea de verificare

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

a) Evaluare pe parcurs:

-prezența la seminariile online (minim 3 prezențe)- 2 puncte (0,5 puncte/seminar);

-prezența la tutorialele fizice - 1 punct (minim 2 prezențe din 3);

b) Evaluare finală:

-proiect de echipă - 7 puncte.

Echipele sunt predefinite de profesor și primesc, fiecare, o temă dată, la care trebuie să răspundă **la o dată menționată ulterior**, când un singur membru al echipei va încărca în secțiunea **Proiect final** de pe pagina disciplinei proiectul întregii echipe. Nota este unică (nota pentru proiect este aceeași notă pentru fiecare membru al echipei).

Datele pentru examen le regasiți pe platforma de e-learning, precum și pe CD la Ghidul studentului.

2.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	26.11.2016 Sala 326 Ora 10.00	
Seminar online	22.12.2016 ora 18.00	
	12.01.2017 ora 18.00	
	19.01.2017 ora 18.00	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	29.01.2017 *Proiect final	05.02.2017 *Proiect final

*Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning.

MARKETING

3.

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat conf. univ. dr. Florina PÎNZARU
Asistent: cadru didactic asociat asist. univ. dr. Andreea MITAN
Statut: obligatorie
Număr de credite: 8

3.1. Cadrul general al cursului

Acest curs are ca scop înțelegerea de către student a mișcărilor din piață, a influențelor externe asupra mediului de afaceri, ambiția și strategiile posibile ale companiilor, organizarea firmelor, componența sistemului de management, procesele de decizie managerială și delegare, orientarea către marketing a majorității firmelor moderne, comportamentul consumatorilor și crearea ofertelor potrivite pentru aceștia.

Obiective specifice ale cursului:

- Cunoașterea teoriilor și curentelor din domeniul marketingului, în special a noilor evoluții;
- Înțelegerea evoluției marketingului;
- Asimilarea filosofiei de marketing;
- Realizarea distincțiilor între domeniile asociate: publicitate, relații publice, marketing;
- Cunoașterea metodelor de cercetare în marketing;
- Înșușirea algoritmului de realizare pentru un plan de marketing.

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, industriei 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 măsori 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:

- prezența la seminariile online (minim 3 prezențe)- 2 puncte (0,5 puncte/seminar);
- prezența la tutorialele fizice - 1 punct (minim 2 prezențe din 3);

b) Evaluarea finală:

-proiect de echipă- 7 puncte.

PROIECTUL DE ECHIPĂ - Echipele sunt predefinite de profesor și primesc, fiecare, o temă dată, la care trebuie să răspundă **la o dată menționată ulterior**, când un singur membru al echipei va încărca în secțiunea **Proiect final** de pe pagina disciplinei proiectul întregii echipe. Nota este unică (nota pentru proiect este aceeași notă pentru fiecare membru al echipei).

Pentru a facilita comunicarea echipelor virtuale de proiect, profesorul va deschide forumuri dedicate de lucru.

Datele pentru examen le regasiți pe platforma de e-learning, precum și pe CD la Ghidul studentului.

3.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

	GRUPA 1	
Seminar față în față	01.11.2016 sala 510 ora 17.00	
	08.11.2016 sala 510 ora 17.00	
	15.11.2016 sala 510 ora 17.00	
	29.11.2016 sala 510 ora 17.00	
	06.12.2016 sala 510 Ora 17.00	
	13.12.2016 sala 510 Ora 17.00	
	20.12.2016 sala 510 Ora 17.00	
	10.01.2017 sala 510 Ora 17.00	
Seminar online	07.11.2016 ora 17.00	
	14.11.2016 ora 17.00	
	28.11.2016 ora 17.00	
	05.12.2016 ora 17.00	
	12.12.2016 ora 17.00	
	19.12.2016 ora 17.00	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	25.01.2017 *Proiect final	01.02.2017 *Proiect final

*Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning.

NEGOCIERE ÎN AFACERI

4.

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 mediarea – 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, *Artă 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 data 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.

Datele pentru examen le regasiți pe platforma de e-learning, precum și pe CD la Ghidul studentului.

4.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	10.11.2016 Sala 317 Ora 17.00	
	17.11.2016 Sala 317 Ora 17.00	
	24.11.2016 Sala 317 Ora 17.00	
	08.12.2016 Sala 317 Ora 17.00	
Seminar online	25.11.2016 ora 18.00	
	16.12.2016 ora 18.00	
	13.01.2017 ora 18.00	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	23.01.2017 *Proiect final	30.01.2017 *Proiect final

*Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning.

Masterat în Management și comunicare în afaceri
Anul II
Semestrul III

DISCIPLINE

- | | |
|----|---|
| 1. | Tehnici de promovare în afaceri
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat conf. univ. dr. Alexandra ZBUCHEA |
| 2. | Lobby
Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Andreea RĂCEANU |
| 3. | Negociere în afaceri
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat prof. univ. dr. Ioan DEAC |
| 4. | Brandul de angajator
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat lector univ. dr. Rareș MOCANU |
| 5. | Afaceri în medii instabile
Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Sergiu STAN |

TEHNICI DE PROMOVARE ÎN AFACERI

1.

Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat conf. univ. dr. Alexandra ZBUCHEA
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	7

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

Promovarea și activitatea de marketing a unei firme

Proiectarea strategiei de promovare a unei firme

Concepte cheie în marketing și promovare

Brand, promovare și comportament de consum

Publicitatea: cheia procesului promoțional?

Relațiile publice și dezvoltarea sustenabilă a afacerii

Strategii de dezvoltare a imaginii organizației

Promoții

Promovarea și politica de personal

Marketingul direct – între vânzări și promovare

Promovarea online

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, comunicarea 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

- dacă 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 regasiți pe platforma de e-learning, precum și pe CD la Ghidul studentului.**

1.3. Bibliografie

- Balaure, V. (coord.), *Marketing*, Uranus, București, 2000.
- Cazacu, T.S., *Strategii comunicaționale și manipulare*, Polirom, Iași, 2000.
- Coman, Cristina, *Relații publice: principii și strategii*, Polirom, Iași, 2001
- Dagenais, Bernard, *Campania de relații publice*, Polirom, Iași, 2003.
- Dâncu, V.S., *Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, Dacia, Cluj, 1999.
- Dinu, M., *Comunicarea*, Ed.Stiințifică, București, 1997.
- Hart, S.; Murphy, J. (ed.), *Brands. The New Wealth Creators*, Londra, 1998.
- Hart, S.; Murphy, J. (ed.), *Brands. The New Wealth Creators*, Londra, 1998.
- Hill, E; O'Sullivan, T., *Marketing*, Antet, București, 1997.
- Jouve, Michele, *Comunicarea. Publicitatea și relații publice*, Polirom, Iași, 2005
- Kacso, S., „Politica de promovare”, în Smedescu, I. (coord.), *Marketing*, Sylvi, București, 2003.
- Kotler, Ph. (coord.), *Principiile marketingului*, Teora, București, 1998.
- Kotler, Ph., *Managementul marketingului*, Teora, București, 1997.
- Moise, Z., *Marketingul prin intermediul târgurilor și expozițiilor*, All Educațional, București, 1997.
- Moldoveanu, M., *Psihologia reclamei*, Libra, București, 1995.
- Moldoveanu, M., *Psihologia reclamei*, Libra, București, 1995.
- Nicola, M.; Petre, D.; *Publicitate*, Ed.SNSPA, București, 2001.
- Olteanu, V., *Marketingul serviciilor*, Uranus, București, 2001.
- Papuc, M., *Tehnici promoționale*, Sylvi, București, 2002.
- Petre, Dan, *Introducere în publicitate*, comunicare.ro, București, 2004.
- Popescu, I.C., *Comunicarea în marketing*, Uranus, București, 2001.
- Popescu, I.C.; Serbănică, D.; Balaure, V.; *Tehnici promoționale*, Metropol, București, 1998.
- Ries, Al; Trout, J., *Poziționarea. Lupta pentru un loc în mintea ta*, Brandbuilders, București, 2004.
- Rogojinaru, Adela (coord.), *Relații publice și publicitate*, Tritonic, București, 2004.
- Thomas, M.J. (coord.), *Manual de marketing*, Codecs, București, 1998.
- Veghes Ruff, Iulian, Grigore, Bogdan, *Relații publice și publicitatea online*, Polirom, Iași, 2003.
- Zbucnea, A., *Tehnici de promovare în afaceri*, București, 2004.

1.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea finală a participanților se face prin însumarea următoarelor componente:

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

Cerințe de participare: pentru obținerea punctajului de participare este necesară participarea la toate întâlnirile online 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 restaurant real. Elementele obligatorii care trebuie să se regăsească sunt: analiza mediului și a strategiei de comunicare prezente a restaurantului, 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 (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 cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	08.11.2016 Sala 311 Ora 19.15	
	15.11.2016 Sala 311 Ora 19.15	
	22.11.2016 Sala 311 Ora 19.15	
	29.11.2016 Sala 311 Ora 19.15	
Seminar online	28.11.2016 ora 18.30	
	05.12.2016 ora 18.30	
	12.12.2016 ora 18.30	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	21.01.2017 *Proiect final	29.01.2017 *Proiect final

*Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning.

LOBBY

2.

Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Andreea RĂCEANU
Statut: obligatorie
Număr de credite: 5

2.1. Cadrul general al cursului

Activitatea de lobby se înscrie în aria preocuprilor legate de comunicare, mai exact aceea legată de comunicarea asociată politicilor publice. Profesioniștii în lobby, fie ei angajați direcți ai entităților 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 spațiu 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 (CD).

2.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea: Proiect de 5-10 pagini constând în rezolvarea unuia dintre exercițiile din curs. Proiectul trebuie trimis pe platforma de e-learning, la secțiunea **Proiect final** de pe pagina disciplinei.

2.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	09.12.2016 Sala 307 Ora 18.00	
	10.12.2016 Sala 307 Ora 10.00	
Seminar online	15.12.2016 ora 18.00	
	22.12.2016 ora 18.00	
	19.01.2017 ora 18.00	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	27.01.2017 *Proiect final	03.02.2017 *Proiect final

*Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning.

NEGOCIERE ÎN AFACERI

3.

Coordonator de disciplină:	cadru didactic asociat prof. univ. dr. Ioan DEAC
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	5

3.1. 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.

3.2. 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

3.3. Bibliografie

Boncu, Ștefan – *Negocierea și mediarea – Perspective psihologice*, ed. Insitutl 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, *Artă negocierilor*, ed. Tehnică, București, 1996

3.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea pe parcurs:

Prezența la seminarii online – 30% din notă;

Evaluare finală:

Prezentare Powerpoint încărcată pe platformă, de rezolvat la o data 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.

Datele pentru examen le regasiți pe platforma de e-learning, precum și pe CD la Ghidul studentului.

3.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	10.11.2016 Sala 317 Ora 17.00	
	17.11.2016 Sala 317 Ora 17.00	
	24.11.2016 Sala 317 Ora 17.00	
	08.12.2016 Sala 317 Ora 17.00	
Seminar online	25.11.2016 ora 18.00	
	16.12.2016 ora 18.00	
	13.01.2017 ora 18.00	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	23.01.2017 *Proiect final	30.01.2017 *Proiect final

*Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning.

BRANDUL DE ANGAJATOR

4.

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat lector univ. dr. Rareș MOCANU
Statut: obligatorie
Număr de credite: 7

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 Americă, 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.

Datele pentru examen le regăsiți pe platforma de e-learning, precum și pe CD la *Ghidul studentului*.

4.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	07.11.2016 Sala 307 Ora 18.00	
	14.11.2016 Sala 307 Ora 18.00	
	21.11.2016 Sala 307 Ora 18.00	
	19.12.2016 Sala 307 Ora 18.00	
Seminar online	07.12.2016 ora 18.00	
	14.12.2016 ora 18.00	
	21.12.2016 ora 18.00	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	25.01.2017 *Proiect final	01.02.2017 *Proiect final

*Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning

AFACERI ÎN MEDII INSTABILE

5.

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

5.1. Cadrul general al cursului

Obiectivele cursului:

- de a familiariza masteranzii ce audiază acest curs, cu universul deciziilor manageriale în condițiile specifice ale mediilor instabile (care au la bază factori perturbatori induși sau aleatori, spodadici sau persistenți).
- de a oferi soluții concrete, prin intermediul unor tehnici și metode eficiente, pentru gestionarea deciziilor manageriale în condiții de certitudine, incertitudine și risc.
- de a oferi posibilitatea masteranzilor de a obține cunoștințe și competențe referitoare la gestionarea eficientă a proiectelor organizaționale, ce se planifică, proiectează și implementează în medii instabile.

5.2. Structura cursului

Tematici abordate în cadrul capitolelor de curs :

- 1.INSTABILITATEA MEDIILOR ECONOMICE. NEVOIA DE SCHIMBARE. GESTIONAREA SCHIMBĂRII PRIN INTERMEDIUL PROIECTELOR
2. ELEMENTE DE MANAGEMENTUL DECIZIILOR ÎN MEDII INSTABILE
- 3.DECIZII ÎN MEDII INSTABILE ÎN CONDIȚII DE CERTITUDINE ȘI INCERTITUDINE
4. ELEMENTE FUNDAMENTALE DE LOGICĂ A ACȚIUNII ÎN MEDII INSTABILE
- 5.TRECEREA DE LA LOGICA TEORETICĂ LA LOGICA APLICATĂ ÎN DOMENIUL INTELIGENȚEI ARTIFICIALE. SISTEME EXPERT DE ASISTARE A DECIZIEI ÎN MEDII INSTABILE
6. DECIZIA MANAGERIALĂ ÎN SOCIETATEA SUPUSĂ GLOBALIZĂRII
7. PLANIFICAREA EFICIENTĂ A PROIECTELOR CE VOR FI IMPLEMENTATE ÎN MEDII INSTABILE
8. CRITERII GENERALE ȘI SPECIFICE DE EVALUARE A CERERILOR DE FINANȚARE. NEGOCIEREA ȘI CONTRACTAREA PROIECTELOR SELECTATE
9. IMPLEMENTAREA PROIECTELOR ÎN MEDII INSTABILE. TEHNICI EFICIENTE DE MONITORIZARE ȘI CONTROL
10. INDICATORI DE SUCCES ȘI INSUCCES ÎN CADRUL PROIECTELOR IMPLEMENTATE ÎN MEDII INSTABILE

5.3. Bibliografie

- BĂNACU, Cristian, Silviu; Investments and Risks for sustainable development; Editura ASE; București; Romania; 2004.
- BRATIANU, Constantin; Management Strategic, Editura Universitaria Craiova, Craiova, 2002.
- BURLTON, T. Roger; Business Process Management, Profiting from Process; SAMS, 201 West 103rd St., Indianapolis, Indiana, 46290, USA, 2001.
- DYGERT, Charles; JACOBS, Richard, Managementul culturii organizaționale –pași spre success, Editura POLIROM, Iasi, 2006
- DRUKER, Peter; Managementul viitorului, Editura ASAB, 2004
- GAREIS, Roland; Happy projects, ediția a doua; Editura ASE; Editura ASE; București;

Romania; 2006.

HÂNCU, D., Models for founding decisions, Editura ASE, București, 2002

IACOB, Dumitru; Cismaru, Diana-Maria; Organizatia Inteligenta, Editura Comunicare.ro, Bucuresti, 2002

KNUTSON, Joan; Project Management for Business professionals, A comprehensive guide; John Wiley & Sons; New York; 2001.

LOCK, Dennis; Management de proiect; Editura Codecs; București, Romania; 2000.

MINTZBERG, Henry, Ascensiunea și declinul planificării strategice, editura Publica, 2008

OPRAN, Constantin; STAN, Sergiu; Managementul proiectelor; Editura Bren; Bucuresti, Romania; 2008.

PACELLI, Lonie; Consilierul managerului de proiect. 18 capcane majore ale proiectelor si cum sa le evitati, Editura Meteor Press, 2007

POROJAN, Dumitru; BISA, Cristian; Planul de afaceri, Concepte metodologii tehnici proceduri, Credite, Investitii, Grant-uri, Profit; Casa de editură IRECSO; 2002.

SHENHAR, J. Aaron; MILOSEVIC Dragan; Linking project management to business strategy, Project Management Institute, 2007

STAN, Sergiu; OPRAN, Constantin; Monitorizarea Proiectelor; Editura comunicare.ro; Bucuresti, Romania; 2005.

VERZUH, Eric; The portable MBA in project management; JohnWiley & Sons, Inc.; New York;USA 2003.

5.4. Modalitatea de verificare

Evaluare pe parcurs:

-seminar - Intervenții/participare la discuții pentru curs și seminar **(20% din nota finală)**

-seminar - Răspunsuri la teme individuale **(30% din nota finală)**; pentru toate temele anunțate la seminar și cu termen de răspuns de o săptămână, răspunsurile vor fi comunicate pe secțiunea "mesaje private");

Evaluarea finală:

Examenul constă în prezentarea și predarea (în format tipărit) a unui proiect de echipă, pe o temă stabilită de comun acord cu studenții, în concordanță cu capitolele de curs și cerințele profesorului coordonator. Tema va fi realizată pe baza completării unui formular de proiect, pus la dispoziție de către profesorul coordonator.

Evaluarea finală *pe bază de prezentare și susținere de proiect*, va avea loc sesiunea Ianuarie / Februarie 2017 (conform calendarului afișat pe platforma de e-learning) și va avea alocat un **punctaj 50% din nota finală**.

Datele pentru examen le regasiți pe platforma de e-learning, precum și pe CD la *Ghidul studentului*.

5.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	02.11.2016 Sala 307 Ora 17.00	
	09.11.2016 Sala 307 Ora 17.00	
	16.11.2016 Sala 307 Ora 17.00	
	23.11.2016 Sala 307 Ora 17.00	
Seminar online	09.01.2017 ora 19.30	
	10.01.2017 ora 19.30	
	12.01.2017 ora 19.30	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	30.01.2017 *Proiect final	05.02.2017 *Proiect final

*Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning.

Masterat în Managementul proiectelor
Anul I
Semestrul I

DISCIPLINE

- | | |
|-----------|---|
| 1. | Globalizare și integrare europeană
Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Mălina Iona CIOCEA |
| 2. | Managementul proiectelor I
Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Loredana RADU
cadru didactic asociat drd. Maria TIMOFTE |
| 3. | Leadership și managementul echipei de proiect
Coordonator de disciplină: lector univ. dr. ing. Carmen NOVAC |

GLOBALIZARE ȘI INTEGRARE EUROPEANĂ

1.

Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Mălina Iona CIOCEA
Statut: obligatorie
Număr de credite: 10

1.1. Cadrul general al cursului

Globalizarea și integrarea europeană au devenit parte a discursului public cotidian și, tocmai de aceea, această zonă este de multe ori încărcată de clișee și judecăți superficiale. Cursul pe care îl propunem trece de zona comodă a frazeologiei și atinge atât problemele fundamentale, cât și controversele care însoțesc globalizarea.

Cursul de Globalizare își propune să ofere studenților două categorii de instrumente de lucru pentru înțelegerea realității lumii din ce în ce mai integrate în care trăim. Prima categorie este constituită de aparatul teoretic și conceptual necesar pentru studierea sistematică a proceselor specifice globalizării. A doua categorie de instrumente este aplicativă și cuprinde studii de caz și exemple relevante.

1.2. Structura cursului

Unitatea de învățare 1. Conceptualizarea globalizării

Unitatea de învățare 2. Marile interpretări ale globalizării

Unitatea de învățare 3. Globalizarea și noua strategie de dezvoltare

Unitatea de învățare 4. Statul-națiune și suveranitatea

Unitatea de învățare 5. Motorul economic al globalizării

Unitatea de învățare 6. Vectori geopolitici ai crizei economice

Unitatea de învățare 7. Globalizare și regionalizare: procese divergente sau complementare?

Unitatea de învățare 8. Europa: lecția de geopolitică a secolului XX

Unitatea de învățare 9. Răspunsul Europei la criză

Unitatea de învățare 10. Cultura globală și culturile locale

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 globalizării și integrării europene.

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 participării studenților la discuțiile din cadrul seminarului online și a realizării unei lucrări scrise. Participarea reprezintă 30% din nota de la seminar. Studenții pot posta intervenții offline, care vor fi luate în considerare la evaluarea finală. Pentru a obține restul de 70% din nota de la seminar studenții trebuie să scrie un studiu de caz dedicat unei probleme relevante pentru cursul Globalizare și integrare europeană.

Evaluarea finală se va desfășura sub forma unui examen scris. Acesta va consta în realizarea unui *eseu* pornind de la o temă propusă. Temele posibile sunt cele discutate în curs.

Datele pentru examen le regasiți pe platforma de e-learning, precum și pe CD la Ghidul studentului.

Pentru restanțe rămân valabile aceleași condiții și criterii de evaluare.

1.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	17.12.2016 Sala 316 Ora 09.00	
	20.12.2016 ora 18.00	
Seminar online	10.01.2017 ora 18.00	
	17.01.2017 ora 18.00	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	26.01.2017 *Proiect final	07.02.2017 *Proiect final

*Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning.

MANAGEMENTUL PROIECTELOR I

2.

Coordonator de disciplină:	conf. univ. dr. Loredana RADU
Asistent:	cadru didactic asociat drd. Maria TIMOFTE
Statut:	obligatorie
Număr de credite:	10

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.

2.4. Modalitatea de verificare

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

1. Participare la sesiunile de seminar – 20%

Prezența activă la sesiunile de curs și seminar va fi punctată și luată în considerare la calculul mediei finale. Seminariile online și față în față 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, 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 și față în față, 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.

Pentru a obține punctajul maxim pentru activitatea de la seminar, studenții vor trebui să participe la cel puțin 4 din cele 7 seminarii organizate online sau în sistem față în față (fiecare seminar are o durată de 2 ore). A se vedea și programarea activităților.

2. Evaluare intermediară – 40%

Studenții vor realiza și vor posta pe platforma de e-learning:

1. Carta Moș Crăciun – 20%
2. Studiu de caz despre stakeholderi – 20%

Instrucțiunile privind realizarea acestor teme vor fi postate pe platforma de e-learning în timp util.

3. Realizare dosar proiect – 40%

Studenții 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. Studenții pot aborda teme noi de proiect, în măsura în care acestea vor fi discutate în prealabil cu profesorii.

Studenții sunt rugați să lucreze în echipe conținând min. 3 și max. 4 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.

ATENȚIE! Pentru a absolvi cursul, studenții vor trebui să realizeze minim o temă intermediară (vezi punctul 2) și să elaboreze dosarul de proiect (vezi punctul 3). Aceste condiții sunt cumulative, indiferent de punctajul total obținut.

2.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	05.11.2016 Sala 316 Ora 09.00	
	19.11.2016 Sala 316 Ora 09.00	
Seminar online	15.11.2016 ora 18.00	
	22.11.2016 ora 18.00	
	29.11.2016 ora 18.00	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	23.01.2017 *Proiect final	03.02.2017 *Proiect final

*Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning.

LEADERSHIP ȘI MANAGEMENTUL ECHIPEI DE PROIECT

3.

Coordonator de disciplină: lector univ. dr. ing. Carmen NOVAC
Statut: obligatorie
Număr de credite: 10

3.1. 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 axarea pe munca în echipă a devenit un criteriu vital pentru orice organizație competitivă, practicile performante privind munca în echipe nu sunt implementate la nivelul necesitat de către companii. În consecință, organizațiile nu pot beneficia din plin de potențialul pe care o echipă îl poate aduce.

3.2. Structura cursului

Cursul 1. Managementul organizațional
Cursul 2. Gestionarea resurselor umane în organizațiile axate pe proiecte
Cursul 3. Practicile de MRU pentru compania bazată pe proiecte
Cursul 4. Dezvoltarea competențelor individuale. Competențele managerului de proiect
Cursul 5. Formarea echipelor de proiect. Recrutare și selecție
Cursul 6. Comunicarea în echipa de proiect
Cursul 7. Procesul de gestionare a comunicării
Cursul 8. Management, leadership și lideri
Cursul 9. Teorii și modele de leadership
Cursul 10. Performanțele echipei de proiect. Considerații generale asupra Centrelor de evaluare
Cursul 11. Motivarea echipelor de proiect – un element important în cultura unei organizații

3.3. Bibliografie

Bibliografia cursului:

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.

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.

Price, Alan, *Human Resource Management in a Business Context*, 3rd Edition, London, Ed. Thomson Learning, 2007.

Tarner, R.J., Simister, J.S., *Manualul Gower de Management de proiect*, București, Ed. Codex, 2004.

Bibliografia pentru seminar:

Bennis, W., „Two views of leadership”, *Harvard Business Review*, no. 1/1996.

Dessler, Gary, *Human Resource Management*, ninth edition, New Jersey, Ed. Prentice Hall, Pearson Education International, 2003.

Landy, F.J. & Conte, J.M., *Work in the 21st century – an introduction to industrial and organizational psychology*, 3rd edition, Ed. Wiley, 2010.

Spector, P., *Industrial and Organizational Psychology*, 5th edition, Ed. Wiley, 2009.

Pitariu, H., *Proiectarea fișelor de post, evaluarea posturilor de muncă și a performanței – un ghid practic pentru manageri*, Ed. Irecson, 2006.

Zlate, M., *Tratat de psihologie organizațional – managerială*, vol II, Iași, Ed. Polirom, 2007.

Fischer, C.D. et al., *Human Resource Management*, Boston, Ed. Houghton Mifflin Company, 1996.

Forsty, D.R., *Leadership*, în De Visscher, Pierre, Neculau, Adrian, (coordonatori), *Dinamica grupurilor, Texte de bază*, Iași, Ed. Polirom, 2001.

Price, Alan, *Human Resource Management in a Business Context*, 3rd Edition, London, Ed. Thomson Learning, 2007.

Tarner, R.J., Simister, J.S., *Manualul Gower de Management de proiect*, București, Ed. Codex, 2004.

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 – 40%

2. Evaluare intermediară – 20%

3. Realizare dosar proiect – 40%

3.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	10.12.2016	
	Sala 316	
	Ora 09.00	
Seminar online	28.11.2016	
	ora 18.00	
	05.12.2016	
	ora 18.00	
Examene	12.12.2016	
	ora 18.00	
	Șansa 1	Șansa 2
	31.01.2017	09.02.2017
	*Proiect final	*Proiect final

*Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning.

Masterat în Managementul proiectelor
Anul II
Semestrul III

DISCIPLINE

1. Managementul riscului

Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Sergiu STAN

2. Aplicații informatice pentru managementul proiectelor

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat conf. univ. dr. Bogdan ABAZA

3. Comunicare publică în Uniunea Europeană

Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Elena NEGREA-BUSUIOC
cadru didactic asociat drd. Costin ȘERBAN

MANAGEMENTUL RISULUI

1.

Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Sergiu STAN
Statut: obligatorie
Număr de credite: 10

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 asitare 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 cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	14.01.2017 Sala 316 Ora 09.00	
	09.01.2017 ora 18.00	
Seminar online	10.01.2017 ora 18.00	
	12.01.2017 ora 18.00	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	31.01.2017 *Proiect final	07.02.2017 *Proiect final

* Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning

APLICAȚII INFORMATICE PENTRU MANAGEMENTUL PROIECTELOR

2.

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat conf. univ. dr. Bogdan ABAZA

Statut: obligatorie

Număr de credite: 10

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

Concepte specifice managementului proiectelor asistat de calculator

Aplicații software folosite la managementul de proiect

Introducere în *Microsoft Project*

Etapile planificării unui proiect. Definirea proiectului

Planificarea activităților 1

Planificarea activităților 2

Planificarea activităților 3

Planificarea resurselor proiectului

Planificarea costurilor

Organizarea și calculul planificării

Urmărirea și managementul 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, sub-proiecte).
- 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 4 tipuri de constrângeri pentru activități.
- Să aibă definite minim 5 resurse umane, 5 resurse de tip echipament și 5 resurse materiale.
- Să aibă definite costurile pe resurse.
- Să nu aibă resurse supra-allocate.

2.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	12.11.2016 Sala 506 Ora 09.00	
	14.11.2016 ora 18.00	
Seminar online	21.11.2016 ora 18.00	
	28.11.2016 ora 18.00	
Examene	Șansa 1	Șansa 2
	27.01.2017 *Proiect final	05.02.2017 *Proiect final

*Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning.

COMUNICARE PUBLICĂ ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ

3.

Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Elena NEGREA-BUSUIOC
Asistent: cadru didactic asociat drd. Costin ȘERBAN
Statut: obligatorie
Număr de credite: 10

3.1. Cadrul general al cursului

Această disciplină se concentrează asupra modului în care Uniunea Europeană a gestionat, mai mult sau mai puțin programativ, comunicarea cu cetățenii săi și cu publicul, în sensul larg. UE a stabilit ca obiectiv îmbunătățirea comunicării între instituțiile și cetățenii Uniunii, aceștia fiind insuficient informați cu privire la politicile UE și la impactul acestora asupra vieții lor cotidiene.

De curând, UE a subliniat necesitatea unei duble orientări a comunicării: pe de o parte, trebuie îmbunătățite calitatea și cantitatea informațiilor furnizate cetățenilor; pe de altă parte, o mai bună informare a cetățenilor ar trebui să exercite o influență mai mare asupra dezbaterii politice europene.

Din punct de vedere pragmatic, cursul de față analizează elementele cheie care asigură succesul unei campanii de comunicare și analizează critic modul în care s-au desfășurat până la acest moment campaniile de comunicare privind programele operaționale finanțate de UE.

3.2. Structura cursului

1. Introducere în tematica cursului
2. Istoria politicii de comunicare (1950-1989)
3. Istoria politicii de comunicare (1989-2004)
4. Istoria politicii de comunicare 2004-prezent
5. Sfera publică europeană
6. Europenizarea sferelor publice naționale
7. Comunicare europeană, deficit democratic și euroscepticism
8. Euroscepticismul: surse, cauze, mecanisme
9. Campanii de comunicare pentru programele și proiectele cu finanțare europeană (I)
10. Campanii de comunicare pentru programele și proiectele cu finanțare europeană (II)
11. Recapitulare

3.3. Bibliografie

Bibliografie orientativă. Mai multe surse bibliografice se regăsesc în suportul de curs.

Bârgăoanu, Alina. (2011). Examenul Schengen. În căutarea sferei publice europene. [The Schengen Exam. In Search of the European Public Sphere]. Bucharest: comunicare.ro

Comisia Europeană. (2005). Action Plan to Improve Communicating Europe by the Commission. SEC 2005 985 final. Disponibil la:

http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/comm-initiatives/2005-action-plan-improve-communicating-europe-by-commission-sec2005-985_en.pdf

Comisia Europeană. (2005). Plan-D for Democracy, Dialogue and Debate COM/2005/0494 final. Disponibil la:

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52005DC0494>
 Comisia Europeană. (2006). White Paper on a European Communication Policy. COM (2006) 35 final. Disponibil la:
http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_en.pdf
 Comisia Europeană. (2007). Communicating Europe in Partnership. COM 2007 568 final. Disponibil la: [://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv);
 Gabel, Matthew. (1998). Public Support for European Integration: An Empirical Test of Five Theories. In The Journal of Politics, Vol. 60, No. 2 (May, 1998), Cambridge University Press, pp. 333-354.
 Habermas, Jürgen. (2005) [1962]. Sfera publică și transformarea ei structurală. Studiu asupra unei categorii a societății bugheze. Trad J. Ianoși, comunicare.ro
 Hooghe L and Marks Gary (2009). A postfunctionalist theory of European integration. From permissive consensus to constraining dissensus. In British Journal of Political Science 39(1), pp. 1-23.
 Koopmans, Ruud, Pfetsch, Barbara, Towards a Europeanised Public Sphere? Comparing Political Actors and the Media in Germany. În Fossum, John Erik, Schlesinger, Philip, Kvaerk, Geir Ove (eds.), Public Sphere and Civil Society? Transformations of the European Union, Oslo, ARENA Report No. 02/2007, pp. 57-87.
 McQuail, D., & Windhal, S. (2001), Modele ale comunicării. București: Comunicare.ro.
 Radu, Loredana. (2011). Istoria comunicării europene. În Bărgăoanu, A. & Negrea, E. Comunicarea în Uniunea Europeană. Modele teoretice și aspecte practice. București: Comunicare.ro., pag. 51-84

3.4. Modalitatea de verificare

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

1. Evaluare intermediară – 30%

Eseu „Sfera publică europeană – locul simbolic al comunicării în Uniunea Europeană” (între 3 și 5 pagini, Times New Roman, 12, 1.5, Justify, diacritice)

Atenție! Respectați specificul unui eseu academic (existența și citarea corectă a surselor bibliografice, justificarea prin surse din literatura științifică a punctului de vedere personal, coerența textului și structura de tip argumentativ etc.).

2. Analiza unei campanii de comunicare – 70%

Studentii vor realiza o analiză a unei campanii de comunicare pentru unul dintre următoarele programe finanțate din fonduri europene nerambursabile:

- Campanie pentru POR (Programul Operațional Regional);
- Campanie pentru Programul Operațional "Mediu";
- Campanie pentru POS DRU (Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane)

Analiza va fi realizată conform modelului lui Nowak & Wärneryd (McQuail & Windahl, p. 148). Analiza campaniei va fi realizată individual, între 6 și 10 pagini (Times New Roman 12, 1.5, Justify, diacritice).

Atentie! Nu se vor lua in considerare analizele unor campanii de comunicare ale diferitelor proiecte individuale care au accesat finantare europeana prin intermediul unui program sau al altuia. Va rog sa aveti in vedere pentru analiza exclusiv campaniile de comunicare realizate pentru programele operationale de mai sus.

Observatii importante:

1. Prezența activă la seminariile online (însemnând comentarii și întrebări pertinente și la obiect, ridicare de probleme relevante și exprimarea civilizată a punctelor de vedere) se notează cu **10 puncte suplimentare, care se adaugă la calculul notei finale, putând duce la mărirea acesteia.**

2. Plagiatul este strict interzis și va fi sancționat ca atare.

3. Grila de evaluare a eseului, precum și a analizei finale:

1. Structura lucrării: introducere, cuprins, încheiere (+ focus pe o problemă clar definită)
2. Argumentarea (validitatea argumentelor, logica, existența surselor)
3. Exprimarea unei opinii personale/ critica surselor/ problematizare
4. Claritatea, coerența, corectitudinea gramaticală a exprimării
5. Respectarea criteriilor formale și a modalității de citare

3.5. Programarea cursurilor de sinteză, examenelor și tutoriatului

Detalii	GRUPA 1	
Seminar față în față	17.12.2016 Sala 316 Ora 09.00	
Seminar online	06.12.2016 ora 18.00	
	13.12.2016 ora 18.00	
	20.12.2016 ora 18.00	
Examine	Șansa 1	Șansa 2
	24.01.2017 *Proiect final	03.02.2017 *Proiect final

*Proiectele vor fi trimise numai utilizând opțiunea **Proiect final**, de pe platforma de e-learning.

II. 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.

Accesul efectiv la bibliografie este posibil prin:

- Biblioteca SNSPA;
- Biblioteca Centrală Universitară;
- Biblioteca Națională;
- Bibliotecile județene.

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

III. CURSURILE PE CD

Facultatea de Comunicare și Relații Publice își propune să folosească în sistemul de Învățământ la Distanță cele mai moderne instrumente de studiu.



Și în acest an academic, facultatea pune la dispoziție CD-ul, ca alternativă la cursurile tipărite. În fiecare semestru, studentul primește CD-ul corespunzător programei de studiu.

Acesta conține:

- cursurile complete în format PDF (acestea pot fi consultate după instalarea programului Acrobat Reader din secțiunea Servicii electronice – Utilități);
- exerciții de autoinstruire și autoevaluare corespunzătoare anumitor cursuri (acestea pot fi accesate după instalarea programului Test Expert din secțiunea Servicii electronice – Utilități sau secțiunea Campus electronic – Exerciții);
- reglementări privind Învățământul cu Frecvență Redusă;
- informații despre corpul profesoral.



Instrument didactic tot mai des folosit în țările cu tradiție în materie de Învățământ la Distanță, CD-ul prezintă următoarele avantaje:

- stocarea unui volum mare de informații pe un suport ușor de utilizat;
- structurarea informației și accesarea ei rapidă;
- adăugarea de noi dimensiuni modalităților de instruire (interactivitate și personalizarea cursurilor) și adaptarea acestora la așteptările studentului.

Toate informațiile disponibile pe CD se regăsesc pe platforma de e-learning.

IV. ACCESAREA PAGINII DE INTERNET

Siteul Facultății de Comunicare și Relații Publice, care poate fi accesat la adresa ww.comunicare.ro,

Facultatea de Comunicare și Relații Publice

The University of Sheffield
MA in Marketing, Advertising and Public Relations
in Bucharest

Early Bird registration

Read more →

HOME FCRP STUDII ADMITERE CERCETARE INTERNAȚIONAL COMUNITATE CAMPUS

Alegerea Opționalelor
învățământ universitar zi
anul II și III
9-13 OCTOMBRIE

Anunț editorial
Paul Dobrescu
La ruse de la mondialisation
L'assaut contre la puissance américaine
Traduit du roumain par Denisa Adriana Gheorghe

ALERTE
Orare universitar si master zi
In atenția studenților ANULUI I, FCRP, CURSURI CU FRECVENȚA (ZI) - Rezultatele testării la limba engleză/franceză
ÎN ATENȚIA STUDENȚILOR ANULUI I, FCRP, CURSURI CU FRECVENȚA (ZI) CARE ÎSI ALEG CURSUL OPȚIONAL DE LIMBA FRANCEZA
ÎN ATENȚIA STUDENȚILOR ANULUI I, FCRP, CURSURI CU FRECVENȚA (ZI) CARE ÎSI ALEG CURSUL OPȚIONAL DE LIMBA ENGLEZA
Vezi toate alertele

încorporează, pe lângă secțiunile necesare pentru informare studenților dar și altor vizitatori interesați de programele de studii ale facultății: FCRP: Studii, Admitere, Cercetare, Internațional, Comunitate, și o zonă privată (Campus).

Facultatea de Comunicare și Relații Publice
"David Ogilvy"

Campus Index
Discipline
Chat Tutorial
Forum Tutorial
Informații rețetare

Programare activități
viziual
E-Job

Activități
Activități

Nivelul limbii străine

Agenda activități
Vineri, ora 15:00-17:00 - Tutorial
Limbă spaniolă II avansat - Sala: 9219
Vineri, ora 19:00-21:00 - Tutorial
Limbă spaniolă II intermediar - Sala: Laborator limbă spaniolă (9212)

Zona privată aflată în **Campusul virtual** este destinată numai studenților facultății. Ea poate fi accesată numai pe baza NUMELUI DE UTILIZATOR și a PAROLEI individuale, valide doar în situația în care studentul respectă Regulamentul de funcționare al Departamentului de Învățământ la

Distanță și condițiile prevăzute în contractul de școlarizare. Odată introduse numele de utilizator și parola, informațiile afișate vor fi cele ale formei și anului de învățământ corespunzătoare fiecărui student în parte.

Platforma de e-learning

Platforma de e-learning este de tip Moodle și este destinată activității la distanță cu studenții, inclusiv a activităților realizate la programele de studii masterale în format IFR.

Studentii accesează contul prin secțiunea “Login” pe baza unui nume de utilizator și a unei parole pe care o primesc prin intermediul secretariatului.

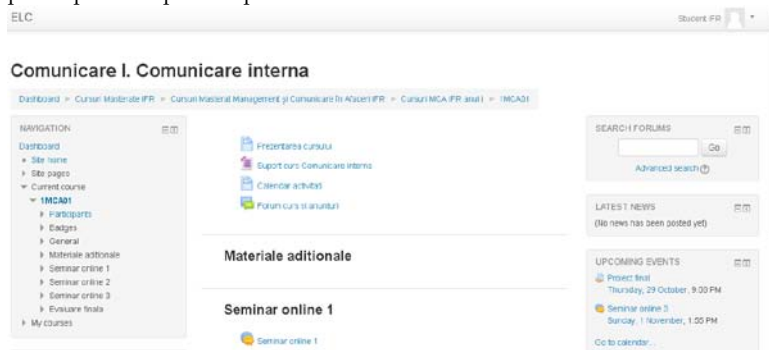


Fig. 1 – Pagina cursului

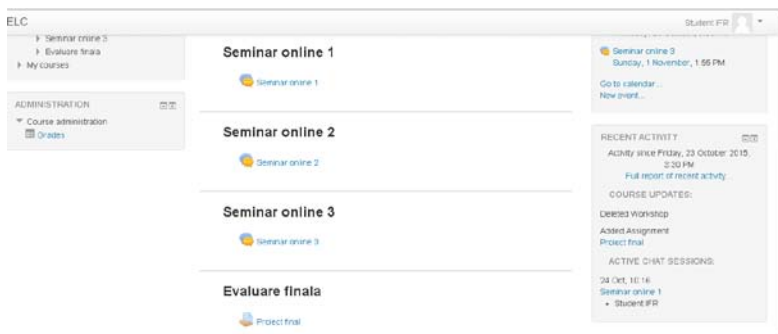


Fig. 2 – Accesarea seminarilor online

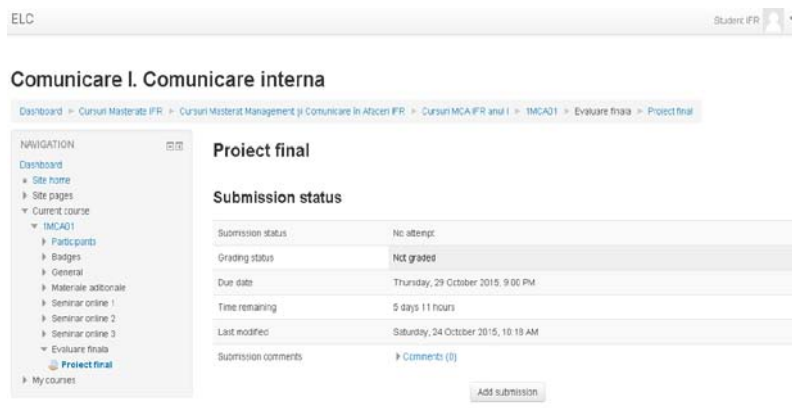


Fig. 3 Trimitere proiect final

V. ANEXE

Anexa 1

Structura semestrelor I și III ale anului academic 2016-2017

Seminarii față în față	01.11.2016 – 12.01.2017
------------------------	-------------------------

Seminarii online	07.11.2016 – 19.01.2017
------------------	-------------------------

Examene	14.01.2017 – 12.02.2017
---------	-------------------------

Anexa 2

Programul de lucru cu studenții al Secretariatului DID*

LUNI	11.00-13.00
MĂRȚI	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.

Anexa 3

Programul Bibliotecii SNSPA*

Bd. Expoziției nr. 30A

LUNI	9.00-20.00
MARȚI	9.00-20.00
MIERCURI	9.00-20.00
JOI	9.00-20.00
VINERI	9.00-18.00

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

Anexa 4

Modalități de achitare a taxelor

Tipul și valoarea taxelor:

1. Taxa de școlarizare

Pentru anul academic 2016-2017, 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:

- a) Integral (reducere 250 LEI): 3150LEI la înmatriculare în perioada 28 – 29 iulie 2016;
- b) 2 rate (reducere 150LEI): rata 1 = 1650LEI la înmatriculare în perioada 28 – 29 iulie 2016; **rata 2 = 1600 LEI**, data limită 31 ianuarie 2017;
- c) 3 rate: rata 1 = 1200 LEI la înmatriculare în perioada 28 – 29 iulie 2016; **rata 2 = 1200 LEI**, data limită 31 ianuarie 2017; **rata 3 = 1000 LEI**, data limită 31 mai 2017.

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

- a) Integral (reducere 250 LEI): 3150 LEI, data limită 31 octombrie 2016;
- b) 2 rate (reducere 150 LEI): rata 1 = 1650 LEI, data limită 31 octombrie 2016; **rata 2 = 1600 LEI**, data limită 31 ianuarie 2017;
- c) 3 rate: rata 1 = 1200 LEI, data limită 31 octombrie 2016; **rata 2 = 1200 LEI**, data limită 31 ianuarie 2017; **rata 3 = 1000LEI**, data limită 31 mai 2017.

Pentru anul academic 2016-2017, forma de învățământ IFR, **Masterat în Managementul proiectelor** valorile taxelor de școlarizare sunt prezentate mai jos.

- a) Integral (reducere 250 LEI): 3750LEI la înmatriculare în perioada 28 – 29 iulie 2016;
- b) 2 rate (reducere 150LEI): rata 1 = 1900LEI la înmatriculare în perioada 28 – 29 iulie 2016; **rata 2 = 1950 LEI**, data limită 31 ianuarie 2017;
- c) 3 rate: rata 1 = 1300 LEI la înmatriculare în perioada 28 – 29 iulie 2016; **rata 2 = 1300LEI**, data limită 31 ianuarie 2017; **rata 3 = 1400 LEI**, data limită 31 mai 2017.

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

- a) Integral (reducere 250 LEI): 3750 LEI, data limită 31 octombrie 2016;
- b) 2 rate (reducere 150 LEI): rata 1 = 1900 LEI, data limită 31 octombrie 2016; **rata 2 = 1950 LEI**, data limită 31 ianuarie 2017;
- c) 3 rate: rata 1 = 1300 LEI, data limită 31 octombrie 2016; **rata 2 = 1300 LEI**, data limită 31 ianuarie 2017; **rata 3 = 1400 LEI**, data limită 31 mai 2017.

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**.

Taxe se achită în conformitate cu Hotărârea Senatului din 18 februarie 2015 și din iunie 2016 și Decizia Consiliului Facultății nr.22 /13.06.2016

- Numele clientului (FCRP - ID - LEI);
- Numărul contului **RO 52 CITI 0000 000825076018**.

La rubrica **Detaliile plății** se vor completa:

- Tipul taxei (școlarizare – rata I/II/III; restanță – trebuie să fie specificat și numele materiei respective, admitere, înmatriculare etc.);
- Forma de învățământ (IFR);
- Anul de studiu.

Dacă taxa este achitată prin **ordin de plată** este obligatorie completarea în câmpul DETALII a numelui studentului pentru care se efectuează plata, CNP (codul numeric personal), tipul taxei și anul de studiu al acestuia.

TOATE CHITAŢELE DE PLATĂ TREBUIE PĂSTRATE ÎN ORIGINAL 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
305	etajul 3	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

**Cărți, manuale și alte publicații
apărute la Editura comunicare.ro***

Cursuri universitare

- Alina Duduciuc, Loredana Ivan, Septimiu Chelcea, *Psihologie socială. Studiul interacțiunilor umane*, 2013.
- Bogdan Abaza, Bianca Simina Robescu, *Aplicații informatice pentru managementul proiectelor*, 2013.
- Ion Chiciudean, George David, *Managementul comunicării în situații de criză*, 2011.
- Grigore Georgiu, *Comunicarea interculturală. Probleme, abordări, teorii*, 2011.
- Dumitru Iacob, Diana-Maria Cismaru, Remus Pricopie, *Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare*, ediția a 3-a, 2011.
- Ion Chiciudean, Valeriu Țoneș, *Gestionarea crizelor de imagine*, 2010.
- Dan Petre, Dragoș Iliescu, *Psihologia reclamei și a consumatorului. 1. Psihologia consumatorului*, ediția a 2-a, 2010.
- Dumitru Iacob, Diana-Maria Cismaru, *Organizația inteligentă. Zece teme de managementul organizațiilor*, ediția a 2-a, 2010.
- Constantin Hlihor, Ecaterina Hlihor, *Comunicarea în conflictele internaționale (Secolul XX și începutul secolului XXI)*, 2010.
- Cornelia Maxim, *Comunicarea online – provocări și oportunități. Instrumente Office pentru mediul de comunicare*, 2009.
- Anne-Marie Codrescu, Denisa-Adriana Oprea, *Communication interculturelle et discours médiatique*, 2009.
- Camelia Beciu, *Comunicare și discurs mediatic*, 2009.
- Dan Petre, Mihaela Nicola, *Introducere în publicitate*, 2009, ediția a 2-a.
- Septimiu Chelcea, Loredana Ivan, Adina Chelcea, *Comunicarea nonverbală. Gesturile și postura*, 2008, ediția a 2-a.
- Dan Petre, Dragoș Iliescu, *Psihologia reclamei și a consumatorului. 2. Psihologia reclamei*, 2008, ediția a 2-a.
- Emilian Manciu, *Protocol instituțional*, 2008, ediția a 2-a.
- Mălina Ciocca, Alexandrina Andrei, Livia Popa, *PR Your English!*, 2008.
- Constantin Brătianu, *Management și marketing. Concepte fundamentale*, 2006.
- Bogdan Teodorescu, Dorina Guțu, Radu Enache, *Cea mai bună dintre lumile posibile. Marketingul politic în România – 1990–2005*, 2005.
- Mihaela Vlăsceanu, *Organizația: proiectare și schimbare. Introducere în comportamentul organizațional*, 2005.
- Ștefan Stanciu, Mihaela Ionescu, *Cultură și comportament organizațional*, 2005.
- Alexandrina-Corina Andrei, *Everyday English*, 2004.
- Anne-Marie Codrescu, Nicoleta Tănase, *Le Français au quotidien*, 2004.
- Bogdan-Alexandru Halic, Ion Chiciudean, *Analiza imaginii organizațiilor*, 2004.
- Constantin Schifirneț, *Sociologie*, 2004.
- Grigore Georgiu, *Filosofia culturii. Cultură și comunicare*, 2004.
- Nicolae Frigiou, *Imaginea publică a liderilor și instituțiilor politice*, 2004.
- Septimiu Chelcea, *Inițiere în cercetarea sociologică*, 2004.
- Silvia Săvulescu, *Retică și teoria argumentării*, 2004.
- Ion Chiciudean, Bogdan Halic, *Imagologie. Imagologie istorică*, 2003.
- Ion Chiciudean, Bogdan Halic (coordonatori), *Studii de imagologie istorică*, 2003.
- Paul Dobrescu, Alina Bărgăoanu, *Mass media și societatea*, 2003.
- Ștefan Stanciu, Mihaela Ionescu, Cristina Leovaridis, Dan Stănescu, *Managementul resurselor umane*, 2003.
- Vasile Tran, Irina Stănciugelu, *Teoria comunicării*, 2003.
- Andrei Găitănaru, *Calculatorul – mediu și canal de comunicare*, 2002.

Anne-Marie Codrescu, *Stratégies de communication en français*, 2002.
 Camelia Beciu, *Comunicare politică*, 2002.
 Constantin Hlihor, *Istoria secolului XX*, 2002.
 Constantin Opran (coordonator), *Managementul proiectelor*, 2002.
 Grigore Georgiu, *Istoria culturii române moderne*, 2002.
 Simona Miculescu, *Relații publice internaționale în contextul globalizării*, 2002.
 Vasile Macoviciuc, *Filosofie*, 2002.
 Bogdan Teodorescu (coordonator), *Marketing politic și electoral*, 2001.
 Cornelia Maxim, *Secretariat și corespondență instituțională*, 2001.
 Diana Iulia Nastasia, *Focus on Communication*, 2001.
 Diana Iulia Nastasia, Sorin Nastasia, *Bridges Over Cultures*, 2001.
 Dumitru Borțun, *Semiotică. Limbaj și comunicare*, 2001.
 Ion Chiciudean, Bogdan Halic, *Noțiuni de imagologie istorică și comunicare interetică*, 2001.
 Mihai Gavotă, *Baze de date*, 2001.
 Septimiu Chelcea, *Tehnici de cercetare sociologică*, 2001.
 Valerică Dabu, *Drept constituțional și instituții politice*, 2001.
 Valerică Dabu, *Dreptul comunicării sociale*, 2001.
 Anne-Marie Codrescu, *Communiquer en français*, 2000.
 Septimiu Chelcea, *Sociologia opiniei publice*, 2000.

Cultura comunicării

Jürgen Habermas, *Constituția Europei*, 2012
 George Ritzer, *McDonaldizarea societății*, 2011.
 Walter Lippmann, *Opinia publică*, 2009.
 Jean Baudrillard, *Societatea de consum. Mituri și structuri*, 2008, ediția a 2-a.
 Fernand Braudel, *Scrisori despre istorie*, 2008.
 Gabriel Tarde, *Opinia și mulțimea*, 2007.
 Erving Goffman, *Viața cotidiană ca spectacol*, ediția a 2-a, 2007.
 Jürgen Habermas, *Sfera publică și transformarea ei structurală*, 2005.
 Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, Hazel Gaudet, *Mecanismul votului. Cum se decid alegătorii într-o campanie prezidențială*, 2004.
 Elisabeth Noelle-Neumann, *Spirala tăcerii. Opinia publică – învelișul nostru social*, 2004.
 Edward L. Bernays, *Cristalizarea opiniei publice*, 2003.

Câmpul cunoașterii

Dominique Wolton, *Internetul. O teorie critică a noilor media*, 2012.
 Dominique Wolton, *Despre comunicare*, 2012.

Spațiul public

Wally Olins, *Despre brand*, ediția a 2-a, 2010.
 Alexandre Dorna, *Fundamentele psihologiei politice*, 2004.
 Jean-Noël Kapferer, *Căile persuasiunii*, 2002.
 Lucien Sfez, *O critică a comunicării*, 2002.

Imagine, strategie, media

Michael Regester, Judy Larkin, *Managementul crizelor și al situațiilor de risc*, 2011.
 Denis McQuail, Sven Windahl, *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, 2010.

Ralf Leinemann și Elena Baikalteva, *Eficiența în relațiile publice*, 2007.
John W. Baird, James B. Stull, *Comunicarea în afaceri*, 2003.
Michael Bland, Alison Theaker, David Wragg, *Relațiile eficiente cu mass media*, 2003.
Benoît Heilbrunn, *Logo-ul*, 2002.

.edu

William K. Cummings, *Instituții de învățământ. Un studiu comparativ asupra dezvoltării învățământului în Germania, Franța, Anglia, SUA, Japonia, Rusia*, 2007.
Orio Giarini, Mircea Malița, *Dubla spirală a învățării și muncii*, 2005.

Centrul de Cercetare în Comunicare

Ion Chiciudean, Monica Bîră, *The Europe we voted for: National and European topics of the 2014 election for the European Parliament*, 2015.
Loredana Radu, Alina Bărgăoanu, Nicoleta Corbu, *The Crisis of the European Union. Identity, Citizenship, and Solidarity Reassessed*, 2013.
Mădălina Boțan, Tudor Vlad, Dana Popescu-Jourdy, *Rethinking the Public Sphere: Theoretical Conceptualization, New Challenges, and Dynamics*, 2013.
Valeriu Frunzaru, Remus Pricopie, Nicoleta Corbu, Loredana Uvan, Diana-Maria Cismaru, *Învățământul universitar din România. Dialog cu elevi, studenți și profesori*, 2013.
Nicoleta Corbu, Lee B. Becker, Remus Pricopie, Tudor Vlad, *Crisis Communication. Professional and Academic Perspectives*, 2012.
Loredana Radu, *Criza economică în Uniunea Europeană. O perspectivă comunicățională*, 2012.
Constantin Schifirneț, *Europeanizarea prin televiziune a societății române*, 2012.
Alina Bărgăoanu, Elena Negrea, *Comunicarea în UE. Modele teoretice și aspecte tehnice*, 2011.
Sorin Nastasia, Dana Popescu, Ana Aurelia Vasile, Ștefania Cristina Olariu, Dorin Popa, Cătălin Mosoia, Radu Jecu, Mihaela Stoica, Nicolae Tomuș, Carmen Ioana Popescu, *Jurnalism științific și comunicare*, 2011.
Alina Bărgăoanu, *Examenul Schengen. În căutarea sferei publice europene*, 2011.
Nicoleta Corbu, Mădălina Boțan, *Telepreședinții. Radiografia unei campanii electorale*, 2011.
Remus Pricopie, Valeriu Frunzaru, Nicoleta Corbu, Loredana Ivan, Alina Bărgăoanu, *Acces și echitate în învățământul superior din România. Dialog cu elevii și studenții*, 2011.

În afara colecțiilor

Raluca Buturoiu, *Noua eră a vechilor media. O analiză experimentală a efectelor produse de cadrele media*, 2016.
Alexandra Zbucea, Dimitrios Nikolaidis, *Responsible Entrepreneurship. Vision, Development and Ethics*, 2016.
Sylvie Alemanno, Camelia Beciu, Denisa-Adriana Oprea, *Communications publiques et organisationnelles : intersections des saviors*, 2016.
Dan Luca, *Bruxelles european. Context românesc*, 2016.
Elena Negrea-Busuic, Mirela Pîrvan, *Communication and Entrepreneurship in the European Context*, 2015.
Manuel Castells, *Comunicare și putere*, 2015
Wally Olins, *Brand New. Viitorul chip al brandurilor*, 2015
Immanuel Wallerstein, Randall Collins, Michael Mann, Georgi Derluguian, Craig Calhoun, *Are capitalismul un viitor?*, 2015
Joseph S. Nye, Jr, *S-a sfârșit oare secolul american?*, 2015
George Soros în dialog cu Gregor Peter Schmitz, *Tragedia Uniunii Europene. Dezintegrare sau renaștere?*, 2015

The Economist, *Lumea în cifre*, 2015

Olga Bombardelli, Lidia E. Santana, *Cetățenii europeni se maturizează (European Citizens are Growing Up. ECLIPSE: European Citizenship Learning in a Programme for Secondary Education)*, 2014.

Karl-Heinz Leitner, Adrian Curaj (UEFISCDI), *A Strategic Approach for Intellectual Capital Management in European Universities: Guidelines for Implementation*, 2014.

Constantin Brătianu, Alexandra Zbucea, Florina Pinzaru, Mihaela Dinu, Denisa-Adriana Oprea, *Strategica. Strategic Thinking in a Changing World*, 2014.

Diana-Maria Cismaru, *Accesul în învățământul superior: perspective istorice, culturale și sociale*, 2014 (CD)

Alexandra Zbucea (coord.), *Practica relațiilor publice în muzee*, 2014

Rareș Mocanu, *Comportamentul consumatorului. Imaginea socială și consumul de produse ca mijloc de comunicare*, 2014

Constantin Brătianu, Alexandra Zbucea, Florina Pânzaru, Mihaela Dinu, Denisa+Adriana Oprea, *Strategica. Strategic Thinking in a Changing World*, 2014 (tipărit și CD)

Paul Dobrescu, *Un deceniu cât un secol. Secolul lumii emergente*, 2013.

Alexandru Gruian, *F. Brunea-Fox – reporterul cu ochi multiplu*, 2013.

Paul Dobrescu, *Lumea cu două viteze. Puterile emergente și țările dezvoltate*, 2013.

Daniel Cohn-Bendit, Guy Verhofstadt, *Trezește-te Europa! Manifest pentru o revoluție postnațională în Europa*, 2013.

Nicoleta Corbu, Mădălina Boțan, *Telepresidents. An Inquiry into a Presidential Campaign*, 2012.

Russell Duncan, Joseph Goddard, *America astăzi*, 2012.

Gordon Taylor, *Tehnici de scriere pentru studenți*, 2012.

Guy Verhofstadt, *Ieșirea din criză. Cum poate europa salva lumea*, 2012.

Mircea Malița, *Biobibliografie*, 2012.

Henry Kissinger, *Despre China*, 2012.

Constantin Fântâneru, *Jurnale, Halucinația ideatică* (1), *Semenul uitat* (2), 2012.

Joseph Heath, Andrew Potter, *Mitul contraculturii. Rebelii, consumul și capitalismul*, 2011.

Septimiu Chelcea, *Manual de redactare în științele sociumane*, 2011.

Operele lui Spiru C. Haret (Vol. XII, Bibliografie și Index), 2010.

Remus Pricopie, *Participarea publică. Comunicare pentru dezvoltare durabilă*, 2010.

Remus Pricopie, Dorina Guțu, Mihai Moroiu, *Fulbright Ripple Effect on International Education. Looking Ahead from a Romanian & American Perspective*, 2010.

Operele lui Spiru C. Haret (Vol. VII, Polemice și politice, 1887–1900), 2010.

Operele lui Spiru C. Haret (Vol. VIII, Polemice și politice, 1905–1907), 2010.

Operele lui Spiru C. Haret (Vol. IX, Polemice și politice, 1911–1912), 2010.

Operele lui Spiru C. Haret (Vol. X, Operele științifice, 1878–1912), 2010.

Operele lui Spiru C. Haret (Vol. XI, Scrisori), 2010.

Nicoleta Corbu, Elenea Negrea, George Tudorie, *Globalization and Changing Patterns in the Public Sphere*, 2010

Tiberiu Fărcaș, *Colosul cu picioare de hârtie. O istorie subiectivă și ilustrată a presei scrise. 1990–2010*, 2010.

Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom, *Relații publice eficiente, ediția a 9-a*, 2010.

Wally Olins, *Noul ghid de identitate Wolff Olins*, ediția a 2-a, 2010.

Septimiu Chelcea, *Cum să redactăm o lucrare de licență, o teză de doctorat, un articol științific în domeniul științelor sociumane*, 2010.

Joseph R. Dominick, *Ipostazele comunicării în masă. Media în era digitală*, 2009.

Operele lui Spiru C. Haret (Vol. I, Oficiale, 1884–1888, 1897–1899), 2009.

Operele lui Spiru C. Haret (Vol. II, Oficiale, 1901–1904), 2009.

Operele lui Spiru C. Haret (Vol. III, Oficiale, 1907–1910), 2009.

Operele lui Spiru C. Haret (Vol. IV, Parlamentare, 1895–1899), 2009.

Operele lui Spiru C. Haret (Vol. V, Parlamentare, 1901–1904), 2009.

Operele lui Spiru C. Haret (Vol. VI, Parlamentare, 1907–1911), 2009.

Paul Dobrescu, Remus Pricopie, Mihaela Alexandra Ionescu, *R&D Perspectives. Promoting Innovation Through Education, Culture and Communication*, 2009.

Jan Sadlak, Klaus Hüfner, Remus Pricopie, Laura Grünberg, *UNESCO Forum on Higher Education in the Europe Region: Acces, Values, Quality and Competitiveness*, 2009.

Camelia Beciu, Ioan Drăgan, Dana Popescu-Jourdy, Odile Riondet, *Cultures et communication. Regards croisés sur les pratiques*, 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)*, 2008.

Emil Bălan, Cristi Iftene, Gabriela Varia, Marius Văcărelu, *Dreptul administrativ contemporan: spre o concepție unitară în doctrina și practica românească*, 2008.

Paul Dobrescu, *Geopolitica*, 2008, ediția a 2-a.

Paul Dobrescu (coord.), Loredana Ivan, Valeriu Frunzaru, Diana-Maria Cismaru, Alexandra Zbucnea, Malina Ciocea, George Tudorie, Alexandru Carlan, Camelia Crisan, *Cultural creatives. Cercetări privind evoluția valorilor în societatea românească*, 2008.

David Macey, *Dicționar de teorie critică*, 2008.

Remus Pricopie, Irina Stănciugelu, Mihaela Alexandra Ionescu, *Relațiile publice în școli. Încredere și parteneriat comunitar*, 2008.

Dragoș Iliescu, Mihaela Alexandra Ionescu, Ștefan Stanciu, *Rolul reprezentării metaforice ca vehicul de transmitere a semnificațiilor în fenomenele organizaționale*, 2008.

Ovidiu Caraiani (coordonator), *Dreptate sau moralitate? O introducere în filozofia politică a lui John Rawls*, 2008.

Paul Dobrescu, Alina Bărgăoanu, Nicoleta Corbu, *Istoria comunicării*, 2007.

Constantin Schifrinet, *Formele fără fond, un brand românesc*, 2007.

Dorina Guțu, *Războiul din Irak și războiul de acasă. O campanie prezidențială americană*, 2007.

Marian Petcu (coord.), *Cenzura în spațiul cultural românesc*, 2005.

Ion Ianoși, *Studii de filosofie a artei*, 2005.

Marian Petcu, *Jurnalist în România. Istoria unei profesii*, 2005.

Dragoș Iliescu, *Metodologia Q*, 2005.

Septimiu Chelcea, *Cum să redactăm o lucrare de licență, o teză de doctorat, un articol științific în domeniul științelor socioumane*, 2005.

Wally Olins, *Noul ghid de identitate Wolff Olins*, 2004.

Dorin Suciu, *Cum să câștigăm alegerile. Ghid practic de campanie electorală*, 2004.

Bogdan-Alexandru Halic, *Pace și război în Țara Românească în secolele XIV–XVI*, 2003.

Vasile Tran, Alfred Vasilescu, *Tratat despre minciună*, 2003.

Mihaela Vlăsceanu, *Managementul carierei*, 2002.

Henri H. Stahl, *Tehnica monografiei sociologice*, 2001.

Ilie Părvu, *Filosofia comunicării*, 2000.

Academică

Dan Berindei, *Problemele noastre și ale țării*, 2013.

Ioan Hudiță, *Jurnal politic (3 august – 31 decembrie 1945)*, 2012.

Dan Berindei, *Românii între trecut și viitor*, 2012.

Ioan Hudiță, *Jurnal politic (7 martie – 2 august 1945)*, 2011.

Ioan Hudiță, *Jurnal politic (1 februarie 1943 – 31 decembrie 1943)*, 2010.

Dan Berindei, *În mijlocul cetății*, 2009.

Ioan Hudiță, *Jurnal politic (1 martie 1942 – 31 ianuarie 1943)*, 2009.

Administrație publică

Emil Bălan (coord.), *Administrația și puterea politică. Tendințe și evoluții în spațiul public european*, 2013.

Emil Bălan (coord.), *Consolidarea capacității administrative în contextul bunei administrări*, 2012.

Emil Bălan, Gabriel Varia, Cristi Iftene, Dragoș Troanță, Marius Văcărelu, *Buna administrare: de la viziune la acțiune*, 2011.

Emil Bălan, Gabriel Varia, Cristi Iftene, Dragoș Troanță, Marius Văcărelu, *The Right to a Good Administration and Its Impact on Public Administration's Procedures*, 2010.

Emil Bălan, Gabriel Varia, Cristi Iftene, Dragoș Troanță, Marius Văcărelu, *Dreptul la o bună administrare și impactul său asupra procedurilor administrației publice*, 2010.

Emil Bălan, Cristi Iftene, Dragoș Troanță, Gabriela Varia, Marius Văcărelu, *Dreptul la o bună administrare. Între dezbaterile doctrinară și consacrarea normativă*, 2010.

* Cărțile pot fi procurate de la sediul vechi al FCRP, Str. Povernei nr. 6, București.

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:	Bd. Expoziției, nr. 30A,
Secretariat CIDIFR:	camera 504
Secretariat ZI:	camera 503, 504
	www.comunicare.ro ,
	e-mail: info@comunicare.ro