

The background of the cover is a photograph of a modern, multi-story university building with a curved facade and large glass windows. The building is illuminated from within, and the sky is a soft blue with light clouds. A person is walking on the paved plaza in the foreground.

# **GHIDUL STUDENTULUI**

## **Studii universitare de masterat**

### **Anul academic 2024–2025**

#### **Semestrul al II-lea**

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

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

# CUPRINS

<b>I.</b>	<b>Studii universitare de masterat în sistem IFR</b>	<b>5</b>
	<b>Masterat în Comunicare și relații publice – anul I</b>	<b>7</b>
	1. GDPR și accesul la informații de interes public	8
	2. Relații publice	11
	3. Metode de cercetare în științele comunicării	13
	4. Relații publice în mediul online	16
	5. Strategii de relații publice în mediul global	18
	<b>Masterat în Comunicare și relații publice – anul II</b>	<b>21</b>
	1. Comunicarea de criză	22
	2. Redactare și editare în relațiile publice	27
	3. Practică	30
	4. Metode și tehnici de elaborare a lucrării de absolvire	32
	Reexaminări anul II, semestrul I	34
	<b>Masterat în Comunicare managerială și resurse umane – anul I</b>	<b>36</b>
	1. Managementul strategic al RU. Schimbarea organizațională	37
	2. Evaluarea în managementul resurselor umane	39
	3. Formare profesională și training	43
	4. Metode de cercetare în științele comunicării	46
	5. Comunicare și leadership în era digitală	49
	<b>Masterat în Comunicare managerială și resurse umane – anul II</b>	<b>53</b>
	1. Sănătate ocupațională	54
	2. Capital intelectual	57
	3. Practică	62
	4. Metode și tehnici de elaborare a lucrării de absolvire	64
	Reexaminări anul II, semestrul I	66
	<b>Masterat în Management și comunicare în afaceri – anul I</b>	<b>68</b>
	1. Marketing	69
	2. Managementul riscului și fezabilitatea afacerilor	72
	3. Finanțarea afacerilor	75
	4. Metode de cercetare în științele comunicării	79



<b>Masterat în Management și comunicare în afaceri – anul II</b> .....	82
1. Antreprenoriat .....	83
2. Responsabilitatea socială corporativă .....	85
3. Practică .....	88
4. Metode și tehnici de elaborare a lucrării de absolvire .....	90
Reexaminări anul II, semestrul I .....	92
<b>Masterat în Managementul proiectelor – anul I</b> .....	94
1. Managementul proiectelor II .....	95
2. Management strategic .....	100
3. Abilități de prezentare pentru manageri de proiect .....	104
4. Metode de cercetare în științele comunicării .....	106
<b>Masterat în Managementul proiectelor – anul II</b> .....	109
1. Evaluarea și auditul proiectelor .....	110
2. Monitorizare și indicatori de performanță .....	113
3. Practică .....	117
4. Metode și tehnici de elaborare a lucrării de absolvire .....	119
Reexaminări anul II, semestrul I .....	121

<b>II.</b>	<b>Bibliografie – recomandări de utilizare</b>	<b>122</b>
------------	--	------------

<b>III.</b>	<b>Accesarea paginii de Internet</b>	<b>124</b>
-------------	--------------------------------------	------------

<b>IV.</b>	<b>Anexe</b>	<b>127</b>
------------	--------------	------------

Anexa 1 – Structura anului universitar 2024–2025	128
Anexa 2 – Programul de lucru cu studenții al Secretariatului IFR	132
Anexa 3 – Biblioteca SNSPA	133
Anexa 4 – Modalități de achitare a taxelor	135
Anexa 5 – Localizarea sălilor	137
Anexa 6 – Cărți, manuale și alte publicații apărute la Editura Comunicare.ro	138
Anexa 7 – Formular de înscriere la disertație	144
Anexa 8 – Contacte	145




# I. Studii universitare de masterat în sistem IFR



**MASTERAT  
ÎN COMUNICARE  
ȘI RELAȚII PUBLICE**





# Anul I

## Semestrul II

# DISCIPLINE

1. **GDPR și accesul la informații de interes public**

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat dr. Doru DOROBANȚU

2. **Relații publice**

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

3. **Metode de cercetare în științele comunicării**

Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Valeriu FRUNZARU  
prof. univ. dr. Loredana IVAN

4. **Relații publice în mediul online**

Coordonator de disciplină: prof. univ. dr. Diana CISMARU  
cadru didactic asociat dr. Monica Elena COTEI

5. **Strategii de relații publice în mediul global**

Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Dorina GUȚU

# GDPR ȘI ACCESUL LA INFORMAȚII DE INTERES PUBLIC

<b>Coordonator de disciplină:</b>	cadru didactic asociat dr. Doru DOROBANȚU
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	5

## 1.1. Cadrul general al cursului

În zilele noastre, evoluția tehnologiei, a formelor și platformelor de comunicare care facilitează interacțiunea, transparența și schimbul de informații în toate domeniile vieții sociale, generează preocupări din ce în ce mai mari privind prelucrarea datelor cu caracter personal și protecția vieții private.

Cursul are drept scop furnizarea unui set de cunoștințe prin care studenții pot ajunge la înțelegerea principalelor concepte și norme juridice în legătură cu sistemul de protecție a drepturilor și libertăților fundamentale precum și a principiilor fundamentale ale relațiilor dintre persoane și autoritățile publice.

De asemenea, parcurgerea cursului va contribui la dezvoltarea competențelor necesare viitorilor specialiști în comunicare publică pentru a formula argumente și a se implica în dezbateri privind reglementările naționale și europene, cu privire la liberul acces la informația de interes public, protecția datelor cu caracter personal, precum și limitele și protecția circumscrisă dreptului la viață privată al persoanei.

Diseminarea cunoștințelor se va realiza prin intermediul prelegerilor de curs și prin studii de caz analizate la seminar.

Prin temele abordate, cursul ajută la înțelegerea evoluției și rolului important pe care elemente precum datele cu caracter personal, informațiile de interes public precum și transparența, respectiv limitele acesteia, îl joacă în societatea contemporană.

Totodată, temele propuse în curs sunt de natură a conduce la clarificarea unor aspecte controversate ale domeniului și înțelegerea provocărilor pentru protecția datelor cu caracter personal generate de globalizare și evoluția noilor tehnologii.

### **Obiective generale ale cursului:**

Realizarea unei baze de cunoștințe fundamentale privind reglementările legale în vigoare de referință pentru protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal, precum și cele referitoare la liberul acces la informațiile de interes public.

### **Obiective specifice ale cursului:**

Dobândirea unei mai bune înțelegeri a elementelor de cultură a protecției datelor cu caracter personal în raport cu dinamica societății actuale.

Dezvoltarea competențelor necesare pentru înțelegerea și folosirea mecanismelor de organizare și funcționare a sistemului de protecție a drepturilor și libertăților fundamentale.



Capacitatea de a formula argumente și de a se implica în dezbateri privind reglementările europene, naționale și internaționale cu privire la liberul acces la informațiile de interes public, protecția datelor cu caracter personal, limitele și protecția circumscrisă dreptului la viața privată al persoanelor.

## 1.2. Structura cursului

Cursul este structurat pe 8 unități de învățare organizate astfel:

1. Considerații generale privind protecția datelor cu caracter personal. Cadru legal european și național. Delimitări conceptuale.
2. Principiile protecției datelor cu caracter personal. Reguli de prelucrare a datelor personale și excepții.
3. Temeiul juridic al prelucrării datelor. Categoriile speciale de date.
4. Drepturile persoanelor vizate și modalitățile de exercitare în cadrul regimului de protecție a datelor cu caracter personal.
5. Responsabilul cu protecția datelor. Securitatea prelucrării și responsabilitatea operatorului.
6. Protecția datelor personale în sectorul comunicațiilor electronice. Libera circulație a datelor în mediul online.
7. Categoriile de informații de interes public și excepții.
8. Principii și proceduri. Organizarea și asigurarea accesului liber la informațiile de interes public.

## 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 materiale/publicații cu referire la domeniul protecției datelor cu caracter personal și la liberul acces la informațiile de interes public.

## 1.4. Modalitatea de verificare

### **Probe de evaluare și ponderea lor:**

Rezultatele de la seminare, la care va fi luată în calcul și participarea activă la acestea, vor constitui o medie de seminar, care trebuie să fie de minimum 5 pentru a permite studenților participarea la examenul de la sfârșitul semestrului; această medie are o pondere de 50% din nota finală.

Examenul cu care se finalizează această disciplină constă în rezolvarea unui studiu de caz, însoțit de fundamentarea teoretică.

Pentru promovarea la aceasta disciplină, nota la examen trebuie să fie de minimum 5, iar ponderea ei este de 50% din nota finală.



## 1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
<b>Seminare față în față</b>	01.03.2025 ora 9:00 sala 510			
	15.03.2025 ora 9:00 sala 510			
<b>Seminare online (pe platforma Webex)</b>	12.03.2025 ora 17:00		12.03.2025 ora 18:30	
	19.03.2025 ora 17:00		19.03.2025 ora 18:30	
	26.03.2025 ora 17:00		26.03.2025 ora 18:30	
<b>Examen</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>
	14.06.2025 Examen online	21.06.2025 Examen online	14.06.2025 Examen online	21.06.2025 Examen online



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

**Statut:** obligatorie

**Număr de credite:** 7

## 2.1. Cadrul general al cursului

Cursul are ca obiectiv prezentarea temelor centrale ale disciplinei relații publice (fundamente istorice și epistemice, definiții, delimitări conceptuale, teorii ale relațiilor publice, publicuri, activități de relații publice etc.) și a temelor care vizează procesul relațiilor publice, impactul relațiilor publice etc. În completarea subiectelor anunțate mai sus, studenții sunt rugați să parcurgă câteva lecturi (indicate la *Bibliografie obligatorie*) care vor acoperi alte teme fundamentale ale relațiilor publice, cum ar fi: campanii de relații publice, relațiile cu mass media, relațiile publice în situații de criză etc.

## 2.2. Structura cursului

1. Relațiile publice – conceptualizare
2. Relațiile publice și alte activități conexe
3. Teorii și modele de relații publice
4. Evoluția relațiilor publice
5. Publicuri
6. Campanii de relații publice
7. Relațiile publice cu mass media
8. Relațiile publice în situații de criză

## 2.3. Bibliografie

Următoarele lucrări sunt obligatorii și vor face obiectul examenului scris:

Bernays, Edward L., *Cristalizarea Opiniei Publice*, București, Editura Comunicare.ro, 2003.

Bland, Michael, Theaker, Alison și Wragg, David, *Relațiile eficiente cu mass media*, București, Editura Comunicare.ro, 2003.

Iacob, Dumitru, Cismaru, Diana-Maria, Pricopie, Remus, *Relații publice. Coeziune și eficiență prin comunicare*, București, Editura Comunicare.ro, 2011.

## 2.4. Modalitatea de verificare

Proiect pe un subiect la alegere din aria relațiilor publice, incluzând componentă teoretică și componentă aplicativă (studiu de caz, analiză sau propunere).

## 2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față (pe platforma Webex)	16.04.2025 ora 10:00			
	28.04.2025 ora 18:30			
Seminare online (pe platforma Webex)	10.03.2025 ora 17:30		10.03.2025 ora 19:00	
	17.03.2025 ora 17:30		17.03.2025 ora 19:00	
	31.03.2025 ora 17:30		31.03.2025 ora 19:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	04.06.2025 Proiect online	12.06.2025 Proiect online	04.06.2025 Proiect online	12.06.2025 Proiect online



# METODE DE CERCETARE ÎN ȘTIINȚELE COMUNICĂRII

<b>Coordonatori de disciplină:</b>	conf. univ. dr. Valeriu FRUNZARU prof. univ. dr. Loredana IVAN
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	6

## 3.1. Cadrul general al cursului

Cursul își propune familiarizarea studenților cu principalele metode și tehnici folosite în cercetarea din diferite arii ale comunicării și deprinderea studenților să folosească datele cercetării științifice pentru elaborarea strategiilor de comunicare și rezolvarea unor probleme specifice. Relația interactivă, prezentarea unor exemple concrete, practice, evaluarea cunoștințelor dobândite necesare cercetării de teren fac din *Metode de cercetare în comunicare* un curs aplicat, util tuturor celor care lucrează în domeniul comunicării. Structura cursului urmărește, printre altele, realizarea unei cercetări de teren pe bază de chestionar, având în vedere atât construirea instrumentului de cercetare, cât și selectarea eșantionului. De asemenea, vom aborda tehnica interviului, cu precădere a celui semi-structurat, respectiv a celui de grup. Metoda observației va fi prezentată atât în varianta calitativă cât și cantitativă pe baza unui ghid structurat de observație. Analiza de conținut este una dintre metodele cele mai folosite în domeniul comunicării. În acest curs vom insista cu precădere asupra analizei cantitative, subliniind rigoarea, măsurarea sistematică și obiectivă a conținutului comunicării.

După parcurgerea acestui curs, studenții vor avea cunoștințele și deprinderile necesare pentru construirea unui instrument de cercetare, administrarea lui, analiza datelor și prezentarea lor într-un raport de cercetare sau studiu științific. Studenții vor fi capabili să distingă între metodele cantitative și cele calitative de cercetare și să cunoască specificul fiecărei tehnici predate. În planul gândirii științifice, acest curs urmărește depășirea abordărilor bazate pe cunoașterea la nivelul simțului comun și raportarea la realitatea socială, plecând de la exigențele și rigoarea metodelor de cercetare predate.

## 3.2. Structura cursului

### 1. Chestionarul

Specificul anchetei și sondajului de opinie

Ce trebuie știm pentru a construi un bun chestionar?

### 2. Eșantionarea

Populația investigată și eșantionarea. De ce realizăm cercetări pe bază de eșantion

Eșantionarea neprobabilistă

Eșantionarea probabilistă

### 3. Focus grupul

În ce constă specificul metodelor calitative?

Particularitățile interviului ca metodă de cercetare calitativă

Tipuri de interviu, după gradul de structurare

Anchetă pe bază de chestionar *versus* anchetă pe bază de interviu

Tehnici interogative specifice interviului semistrukturat și în profunzime

Ce sunt focus grupurile?

Câte persoane participă la un focus-grup?

Care sunt caracteristicile moderatorului?

Cum trebuie să organizăm o sală pentru desfășurarea focus-grupului?

Focus grupul – o tehnică cu istorie recentă în cercetare de piață

Avantajele și limitele tehnicii focus-grupului

Când este oportună utilizarea tehnicii focus grupului?

Câte focus grupuri sunt necesare?

Construcția grilei de focus-grup

### 4. Observația

Când folosim metoda observației?

Observația ne ajută să investigăm comportamentul real al subiectului

Rolul observatorului

Specificul metodei observației

Limitele metodei observației

Abordare calitativă sau cantitativă în aplicarea metodei observației?

Avantajele și limitele observației?

Tipuri de observație

### 5. Analiza de conținut

Analiza de conținut – o metode de cercetare cantitativă și calitativă

Analiza de conținut – scurt istoric

Schema de categorii

Unitatea de înregistrare și unitatea de context

Fidelitatea și validitatea

Folosirea computerului în analiza de conținut

Considerații finale

## 3.3. Bibliografie

Babbie, Earl. (2010). *Practica cercetării sociale*. Iași: Editura Polirom.

Chelcea, Septimiu. (2004). *Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative*. București: Editura Economică.

Diaconu-Gherasim, L.R., Măirean, C. și Curelaru, M. (coord.) (2022). *Metode cantitative de cercetare. Desingnuri și aplicații în științele sociale*. Iași: Editura Polirom.

Krueger, Richard A., Casey, Mary Anne [2000] (2005). *Metoda focus grup. Ghid practic pentru cercetarea aplicată*. Iași: Editura Polirom.

### 3.4. Modalitatea de verificare

Nota finală va fi obținută pe baza evaluării unui proiect de cercetare (30%) și a notei obținute la examen (70%), care va consta într-un test grilă.

### 3.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
<b>Seminare față în față</b>	09.03.2025 ora 10:00 sala 510			
	16.03.2025 ora 10:00 sala 510			
<b>Seminare online (pe platforma Webex)</b>	13.03.2025 ora 17:00		13.03.2025 ora 18:30	
	20.03.2025 ora 17:00		20.03.2025 ora 18:30	
	27.03.2025 ora 17:00		27.03.2025 ora 18:30	
<b>Examen</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>
	02.06.2025 ora 18:00 Test grilă – Examen online	15.06.2025 ora 10:00 Test grilă – Examen online	02.06.2025 ora 18:00 Test grilă – Examen online	15.06.2025 ora 10:00 Test grilă – Examen online

EXPLORARE  
EXPLORE

<b>Coordonator de disciplină:</b>	prof. univ. dr. Diana CISMARU cadru didactic asociat dr. Monica Elena COTEI
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	7

#### 4.1. Cadrul general al cursului

Spațiul virtual s-a impus în ultimii ani ca mediu social complementar cu mediul real. Dincolo de rolul lor în construcția acestui nou spațiu simbolic, social media au și rolul de determinanți ai imaginii și reputației pentru actori sociali și colectivi, ca instrumente și canale în comunicarea organizațională strategică. La nivel teoretic, cursul prezintă impactul social media asupra relațiilor publice și identifică mecanismele de formare a opiniei, ca și principiile comunicării strategice în spațiul virtual. La nivel aplicativ, cursul operaționalizează strategiile de relații publice în mediul online în aspecte esențiale precum managementul reputației în mediul online, optimizarea canalelor de comunicare, adaptarea planului și componentelor, monitorizarea și gestionarea crizelor de comunicare în mediul online.

#### 4.2. Structura cursului

1. Premise sociale pentru construirea și menținerea reputației
2. Imaginea și reputația: repere teoretice
3. Procesul de construire și menținere a reputației
4. Social media ca instrumente în comunicarea organizațională
5. Strategii de comunicare în mediul online
6. Gestionarea canalelor de comunicare în mediul online
7. Randamentul investiției în comunicarea online
8. Un model de evaluare a reputației în mediul online
9. Specificul gestionării crizelor în mediul online
10. Practici neetice în comunicarea online

#### 4.3. 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 relațiilor publice și la domeniul comunicare prin social media.



#### 4.4. 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 de teme de la capitole diferite de la “Teme pentru aplicații” și rezolvarea lor, fiecare pe 1-2 pagini, pe baza unor date și cazuri din organizații românești.
- Caietul de aplicații se trimite de către studenți pe platforma de e-learning, cu respectarea termenului stabilit (finalul sesiunii).

#### 4.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
<b>Seminare față în față</b>	08.03.2025 ora 9:00 sala 317			
	22.03.2025 ora 9:00 sala 317			
<b>Seminare online (pe platforma Webex)</b>	14.03.2025 ora 17:00		14.03.2025 ora 18:30	
	21.03.2025 ora 17:00		21.03.2025 ora 18:30	
	28.03.2025 ora 17:00		28.03.2025 ora 18:30	
<b>Examen</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>
	06.06.2025 Caiet de aplicații online	13.06.2025 Caiet de aplicații online	06.06.2025 Caiet de aplicații online	13.06.2025 Caiet de aplicații online

**Coordonator de disciplină:** conf. univ. dr. Dorina GUȚU

**Statut:** obligatorie

**Număr de credite:** 5

## 5.1. Cadrul general al cursului

În era globalizării accelerate, studiul disciplinelor de relații publice în mediul global devine fundamental pentru formarea și dezvoltarea competențelor viitorilor profesioniști în acest domeniu. Cu frontierele țărilor devenind tot mai permeabile, iar schimburile culturale și economice între națiuni în creștere, expertiza în relații publice la nivel internațional devine esențială pentru comunicarea eficientă și construirea de imagini coerente într-un context divers și complex. În cadrul acestui curs, studenții vor explora tehnici și strategii specifice, și vor dezvolta o înțelegere mai profundă a sensibilităților culturale și sociale care influențează modul în care organizațiile comunică și sunt percepute la nivel global. De asemenea, studenții vor putea studia și impactul fundamental pe care le au social media ca factori cu rol decisiv în succesul strategiilor de relații publice în mediul global, precum și problemele lingvistice care apar inerent în acest domeniu. Pe lângă factorii care au favorizat dezvoltarea domeniului, vor fi prezentate activități și exemple de campanii celebre, precum și o serie de tactici și platforme neconvenționale de comunicare ale mesajelor de relații publice și o perspectivă asupra aspectelor etice și legale din ce în ce mai complicate cauzate de evoluția accelerată ale noilor tehnologii informaționale și a inteligenței artificiale (IA). Impactul IA asupra relațiilor publice internaționale se manifestă prin transformarea radicală a modului în care organizațiile gestionează și comunică cu publicurile globale. Vor fi atinse și subiecte de actualitate precum rolul *influencerilor*, al jocurilor video de tip Fortnite și al unor platforme sociale precum Facebook, YouTube, Tik Tok etc. În final, vor fi dezbătute provocările profesionale uriașe și posibile tendințe în dezvoltarea industriei de relații publice în urma schimbărilor radicale începute la nivel global după perioada pandemiei. Va aduce, oare, anul 2025 mult așteptatele și temutele schimbări radicale, despre care se tot vorbește atât în ultima vreme? Cum pot influența noile tehnologii, precum inteligența artificială, practicile și strategiile în domeniul relațiilor publice internaționale, și cum putem să se pregătim pentru a integra aceste tehnologii în viitoarele activități de relații publice? Acestea sunt doar câteva dintre întrebările la care studenții sunt încurajați și ghidați să afle răspunsuri proprii.

## 5.2. Structura cursului

1. Premise ale relațiilor publice în mediul global
2. Tendințe actuale în social media și influența acestora asupra strategiilor de relații publice în mediul global
3. Strategiile de relații publice în mediul global și social media

4. Aspecte etice și juridice în relațiile publice în mediul global
5. Relațiile publice în Europa
6. Relațiile publice și provocările din practica actuală (2014–2024)
7. Cum sunt relațiile publice în mediul global în anul 2025 și cum sunt influențate de inteligența artificială (IA)?

### 5.3. Bibliografie

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

### 5.4. 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 prezența activă și activitatea la toate seminariile online online (3 materiale scrise de 2-3 pagini, care sumarizează noțiunile și exemplele discutate la seminar).

Evaluarea finală are o pondere de 50% din nota finală și se bazează pe analiza scrisă a unei campanii de relații publice din mediul național, cu impact internațional, desfășurată exclusiv în mediul online în anul 2025.

#### Observații:

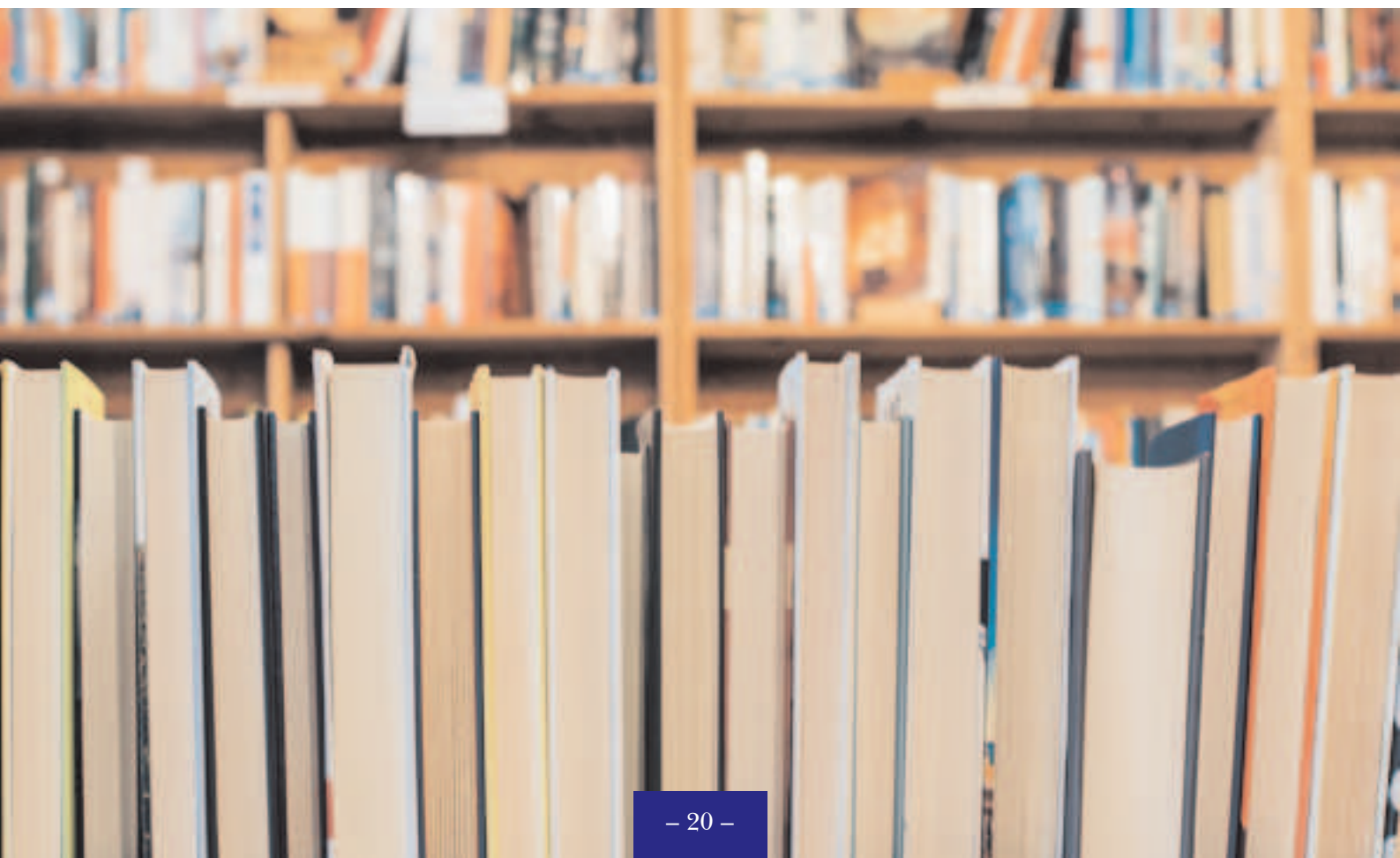
- Detalii cu privire la criteriile de evaluare a activității la seminariile online se găsesc pe pagina disciplinei, pe platforma de *e-learning*.
- Temele pentru realizarea analizei unui caz de relații publice vor fi publicate la începutul semestrului pe pagina disciplinei, pe platforma de *e-learning*. Lucrarea de analiză se scrie în Times New Roman, font 12, la un rând și va avea între 6-8 pagini (cu bibliografie aparte). Proiectele trebuie să respecte normele redactării științifice. Proiectele care nu conțin citări, surse bibliografice, texte aliniate și redactate conform cerințelor academice vor fi respinse.
- Analiza campaniei de relații publice se trimite de către studenți pe platforma de *e-learning* la secțiunea **Evaluare** de pe pagina disciplinei „Strategii de relații publice în mediul global”, cu respectarea termenului stabilit.

Pentru restanțe rămân valabile aceleași condiții și criterii de evaluare.



## 1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față (pe platforma Webex)	22.02.2025 ora 9:00			
	05.04.2025 ora 10:00			
Seminare online (pe platforma Webex)	24.02.2025 ora 18:30		24.02.2025 ora 20:00	
	24.03.2025 ora 18:30		24.03.2025 ora 20:00	
	07.04.2025 ora 18:30		07.04.2025 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	05.06.2025 Proiect online	19.06.2025 Proiect online	05.06.2025 Proiect online	19.06.2025 Proiect online





# Anul II Semestrul IV

## DISCIPLINE

- 1. Comunicarea de criză**  
Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Corina BUZOIANU  
asist. univ. dr. Roberta RĂDUCU
- 2. Redactare și editare în relațiile publice**  
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat dr. Raluca IACOB
- 3. Practică**  
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat drd. Marina ENACHE
- 4. Metode și tehnici de elaborare a lucrării de absolvire**  
Coordonator de disciplină: asistent univ. dr. Andreea STANCEA

**Coordonator de disciplină:** conf. univ. dr. Corina BUZOIANU  
asist. univ. dr. Roberta RĂDUCU

**Statut:** obligatorie

**Număr de credite:** 8

### 1.1. Cadrul general al cursului

Cursul urmărește aprofundarea noțiunilor de comunicare de criză în mediul digital actual, având în vedere elementele și tipologia problemelor cu care se confruntă organizațiile și implicarea stakeholderilor. De asemenea, cursul pune un accent deosebit pe modalitatea de gestionare a crizelor în mediul online și implicit pe categoriile de public țintă, tipul de comunicare și metodele și tehnicile de relații publice adecvate mediului online. Din acest punct de vedere, cursul discută atât crizele mediatică online (paracrize/furtuni media), cât și crizele organizaționale. În final, cursul prezintă strategii de răspuns la criză și planuri de comunicare pentru crize cu care brandurile se pot confrunța astăzi și folosește instrumente practice precum simularea crizei.

#### 1. Obiectivele generale:

- a. Înțelegerea de către studenți a specificului crizelor organizaționale și în mediul online și capacitatea de a recunoaște o situație de criză;
- b. Aprofundarea cunoașterii de către studenți a metodelor și tehnicilor de comunicare în timpul crizei în mediul online;
- c. Abordarea strategică de către studenți a conceptelor specifice comunicării de criză în mediul online;
- d. Formarea deprinderilor practice de lucru în cadrul echipelor destinate să gestioneze crize în mediul online.

#### 2. Obiectivele specifice:

- a. Cunoașterea aprofundată a modului de manifestare și de identificare a diferitelor tipuri de crize în mediul online;
- b. Formarea deprinderilor practice în gestionarea comunicării de criză.

### 1.2. Structura cursului

Cursul este structurat pe 14 capitole organizate după o schemă logică astfel:

1. Crizele în domeniul comunicării. Tipologii și definiții (1-W)
2. Identitatea brandurilor (1-W)
3. Stakeholderi, actori, publicuri (1-W)
4. Criza organizațională (2-W)
5. Criza mediatică; paracrize și furtuni media (3-W)
6. Modele de analiză și răspuns în situații de criză (4-f2f)

7. Principii pentru răspunsul la criză (4-f2f)
8. Social media listening (4-f2f)
9. Simularea crizei (1) (5-f2f)
10. Simularea crizei (2) (5-f2f)
11. Simularea crizei (3) (5-f2f)
12. Simularea crizei (4) (5-f2f)
13. Evaluarea crizei (1) (5-f2f)
14. Evaluarea crizei (2) (5-f2f)

### 1.3. Bibliografie

- Austin, L., Fisher Liu, B., & Jin, Y. (2012). How audiences seek out crisis information: Exploring the social-mediated crisis communication model. *Journal of applied communication research*, 40(2), 188-207. (<https://www.academia.edu/download/55565449/How-Audiences-Seek-Out-Crisis-Information-Exploring-the-Social-Mediated-Crisis-Communication-Model.pdf>).
- Boydston, A. E., Hardy, A., & Walgrave, S. (2014). Two faces of media attention: Media storm versus non-storm coverage. *Political Communication*, 31(4), 509-531. ([http://www.amber-boydston.com/uploads/1/0/6/5/106535199/aboystun2014\\_two\\_face\\_of\\_media\\_attention\\_media\\_storm\\_versus\\_non-storm\\_coverage.pdf](http://www.amber-boydston.com/uploads/1/0/6/5/106535199/aboystun2014_two_face_of_media_attention_media_storm_versus_non-storm_coverage.pdf)).
- Buzoianu, C., & Bîră, M. (2021). Using social media listening in crisis communication and management: new methods and practices for looking into crises. *Sustainability*, 13(23), 13015. (<https://www.mdpi.com/2071-1050/13/23/13015/pdf>).
- Coombs, W. T. (2007). *Crisis Management and Communications*. <http://www.instituteforpr.org/topics/crisis-management-and-communications/>.
- Coombs, W. T., & Holladay, J. S. (2012). The paracrisis: The challenges created by publicly managing crisis prevention. *Public Relations Review*, 38(3), 408-415. ([https://www.researchgate.net/profile/Sherry-Holladay/publication/235270327\\_The\\_negative\\_communication\\_dynamic\\_Exploring\\_the\\_impact\\_of\\_stakeholder\\_affect\\_on\\_behavioral\\_intentions/links/0deec52af295f487d0000000/The-negative-communication-dynamic-Exploring-the-impact-of-stakeholder-affect-on-behavioral-intentions.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Sherry-Holladay/publication/235270327_The_negative_communication_dynamic_Exploring_the_impact_of_stakeholder_affect_on_behavioral_intentions/links/0deec52af295f487d0000000/The-negative-communication-dynamic-Exploring-the-impact-of-stakeholder-affect-on-behavioral-intentions.pdf)).
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2015). Public relations' "relationship identity" in research: Enlightenment or illusion. *Public Relations Review*, 41(5), 689-695. ([https://www.academia.edu/download/57092879/10.1016\\_j.pubrev.2013.12.008.pdf](https://www.academia.edu/download/57092879/10.1016_j.pubrev.2013.12.008.pdf)).
- Coombs, W. T. (2017) Parameters for Crisis Communication (pp. 17-53) in Coombs, W. T., Holladay, S. J., & Tachkova, E. (2019). *Crisis communication, risk communication, and issues management. Public relations theory: Application and understanding*, 31-48. ([https://www.academia.edu/download/46396701/Crisis\\_Communicators\\_in\\_Change\\_From\\_Plan\\_20160611-12358-17r6rad.pdf#page=47](https://www.academia.edu/download/46396701/Crisis_Communicators_in_Change_From_Plan_20160611-12358-17r6rad.pdf#page=47)).
- Coombs, W. T., & Laufer, D. (2018). Global crisis management—current research and future directions. *Journal of International Management*, 24(3), 199-203. (<https://fardapaper.ir/mohavaha/uploads/2018/01/Fardapaper-Global-Crisis-Management-%E2%80%93-Crisis-Communication-Current-Research-and-Future-Directions.pdf>).
- Coombs, W. T. (2020). 5 Situational crisis communication theory: Influences, provenance, evolution, and prospects. *Crisis Communication*, 23, 121. <https://books.google.ro/books?>

hl=en&lr=&id=Zwz6DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA121&ots=3gxjnHs9SR&sig=HLaGKBNJVOx2KNFucP\_Q7sy6QpQ&redir\_esc=y#v=onepage&q&f=false.

- Diers-Lawson, A. (2020). Applying the stakeholder relationship model as an issue management and risk communication tool.
- Eriksson, M. (2018). Lessons for crisis communication on social media: A systematic review of what research tells the practice. *International Journal of Strategic Communication*, 12(5), 526-551. (<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1553118X.2018.1510405>).
- Lin, X., Spence, P. R., Sellnow, T. L., & Lachlan, K. A. (2016). Crisis communication, learning and responding: Best practices in social media. *Computers in human behavior*, 65, 601-605. (<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563216304137>).
- Olson, K. S. (2012). Making it real: Using a collaborative simulation to teach crisis communications. *Journal on Excellence in College Teaching*, 23 (2), 25-47. ([https://soar.suny.edu/bitstream/handle/20.500.12648/2129/cmc\\_facpub/3/fulltext%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://soar.suny.edu/bitstream/handle/20.500.12648/2129/cmc_facpub/3/fulltext%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)).
- Sellnow, D. D., Lane, D. R., Sellnow, T. L., & Littlefield, R. S. (2017). The IDEA model as a best practice for effective instructional risk and crisis communication. *Communication Studies*, 68(5), 552-567. (<https://www.academia.edu/download/86898309/10510974.2017.137553520220602-1-ezowy2.pdf>).
- van der Meer, T. G. L. A., Verhoeven, P., Beentjes, H. W. J., & Vliegthart, R. (2017). Communication in times of crisis: The stakeholder relationship under pressure. *Public Relations Review*, 43(2), 426-440. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.02.005> (<https://core.ac.uk/download/pdf/489754177.pdf>).

#### 1.4. Modalitatea de verificare

Verificare în timpul semestrului (50%)	Examen (50%)
4 p (1p/întâlnire) – participare activă în dezbaterile și exercițiile propuse	<b>Condiții de participare la examen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Minim nota 5 la activitățile din timpul semestrului</li> <li>• Realizarea activității de echipă de simulare a crizei, din data de 17.05.2025</li> </ul>
6 p – simularea crizei (condiție obligatorie pentru participarea la examen) – în 17.05.2025	<b>10p – Examen scris în Google Classroom</b> Examen practic, open-book Subiectele vor fi postate în dimineața examenului la ora 10:00 și vor trebui finalizate până cel târziu la ora 16:00.
Activitate opțională max. 1p – un videoclip de 1m30s de tip reel/tiktok cu explicația pe scurt a conținutului unuia dintre articolele din bibliografie – voiceover/studentul/a filmat/ă. Înscrierile se vor realiza prin Google Forms – link-ul va fi postat în Google Classroom. Videoclipul va fi proiectat la începutul întâlnirii.	Rezolvarea se completează direct în documentul la care studentul/a va primi acces. Predarea materialului se realizează exclusiv prin apăsarea butonului <i>Mark as done</i> . <b>Alte materiale și alte forme de predare nu vor fi luate în considerare.</b>



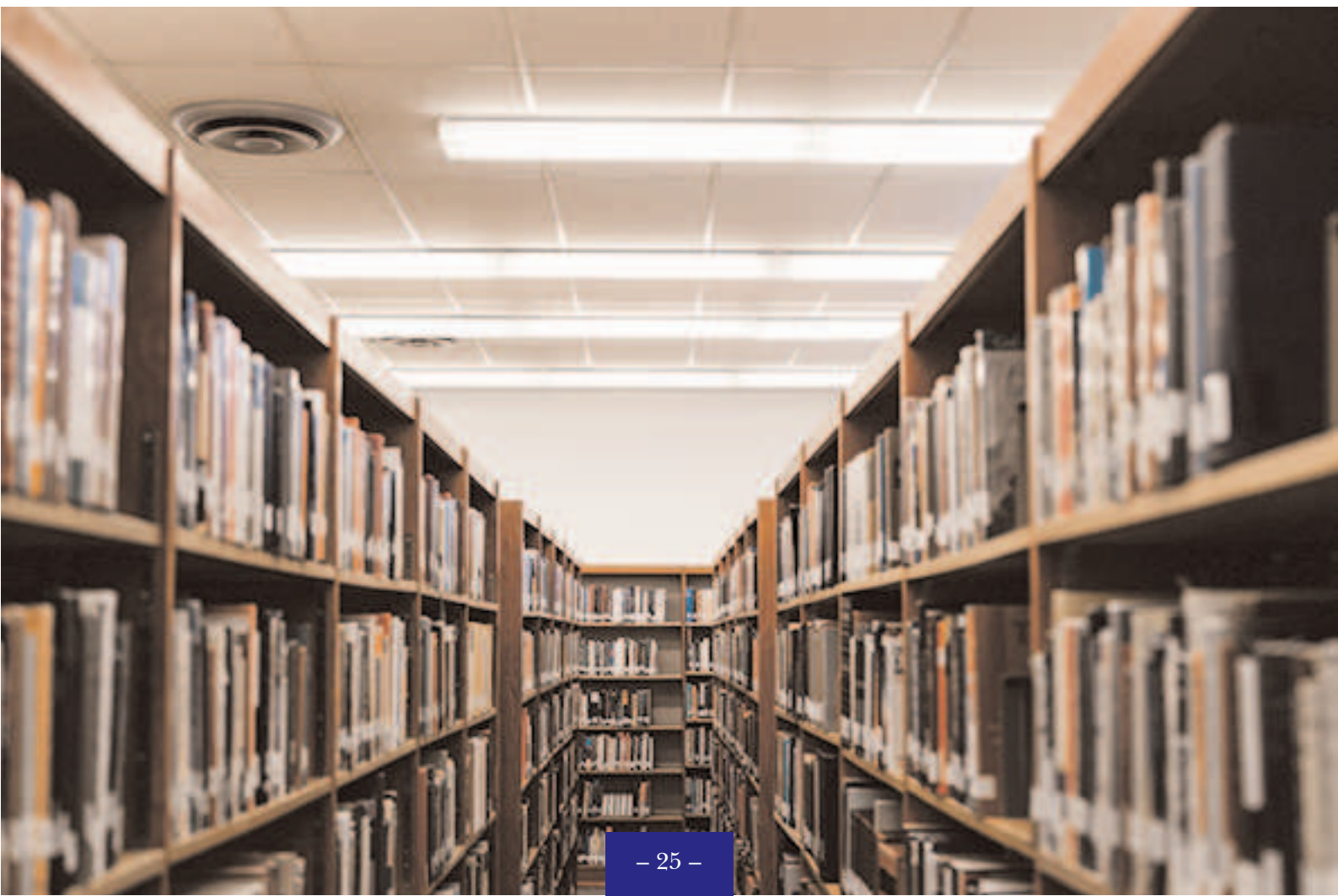
### **Restanță / reexaminare (șansa 2 / reexaminare)**

Studentii care nu au îndeplinit criteriile de intrare în examen în timpul semestrului trebuie să realizeze:

- 3 p – un videoclip de max 1min de tip reel/tiktok cu principalele idei pe scurt dintr-unul dintre articolele din bibliografie – voiceover/studentul/a filmat/ă. **Materialul se redenumeste MCRP2IFR\_(nume)\_(prenume)\_articol**
- 7 p – un videoclip de max 1min30sec de tip reel/tiktok în care studentul/a realizează analiza unui răspuns la criză (în limba română / engleză / franceză) oferit de un brand (criză din max. ultimii 7 ani). **Materialul se redenumeste MCRP2IFR\_ (nume)\_(prenume)\_ analiza.** Analiza trebuie:

- să conțină câteva detalii despre situație (1p)
- să prezinte răspunsul (printscreen / secvențe dintr-un clip etc) (1p)
- să menționeze ce model de analiză se potrivește în funcție de cazul analizat și să argumenteze de ce (1p)
- să menționeze strategia folosită de brand în răspunsul oferit (1p),
- să menționeze principiile respectate și pe cele încălcate (1p)
- să prezinte câteva dintre reacțiile publicului la acel răspuns (extrase din social media / mass media etc) (1p)
- să motiveze reacțiile publicului cu referire la sugestii de îmbunătățire (ex: alte strategii de răspuns, principii omise etc.) (1p)

Materialele se predau în Google Classroom cu min 48h înainte de examen (link sau urcate direct). Pentru participarea la examen, studentul/a trebuie să obțină minim 5 p.



## 1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
Seminare față în față	10.05.2025 ora 9:00 Sala 307					
	17.05.2025 ora 9:00 Sala 307					
Seminare online (pe platforma Webex)	01.04.2025 ora 17:00			01.04.2025 ora 18:30		
	08.04.2025 ora 17:00			08.04.2025 ora 18:30		
	28.04.2025 ora 17:00			28.04.2025 ora 18:30		
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare
	14.06.2025 Test online	21.06.2025 Test online	22.06.2025 Test online	14.06.2025 Test online	21.06.2025 Test online	22.06.2025 Test online



<b>Coordonator de disciplină:</b>	cadru didactic asociat dr. Raluca IACOB
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	7

## 2.1. Cadrul general al cursului

Cursul are ca obiectiv dezvoltarea competențelor esențiale de comunicare eficientă prin crearea unor mesaje clare, persuasive și relevante în diverse contexte de comunicare. Pe parcursul acestui curs, studenții vor învăța să redacteze materiale specifice activității în industria relațiilor publice, utile atât în comunicarea internă, non-publică (mailuri, feedback, meeting notes, brief-uri, pitch-uri, prezentări), cât și externă, publică (comunicate de presă, articole, discursuri, interviuri și conținut pentru mediul online), respectând normele etice și profesionale.

Un accent important va fi pus pe înțelegerea contextului cultural în care are loc comunicarea, a publicului țintă și pe adaptarea mesajelor la nevoile acestuia, folosind un stil și un ton adecvat fiecărui canal de comunicare. De asemenea, vor fi explorate tehnici de structurare a textului, precum și metode de revizuire și editare pentru a asigura acuratețea și claritatea informației transmise.

Cursul va include studii de caz din realitatea actuală a relațiilor publice autohtone și internaționale și exerciții practice de redactare, oferind studenților oportunitatea de a lucra pe texte concrete și de a primi feedback constructiv. La final, aceștia vor dobândi abilități de scriere și editare, esențiale pentru o carieră solidă în domeniul comunicării, fie că este vorba de agenții de PR, companii din mediul privat sau instituții publice.

## 2.2. Structura cursului

Introducere în relațiile publice și redactarea profesională  
 Etica în redactarea materialelor de relații publice  
 Structura unui mesaj eficient  
 Publicul țintă și adaptarea mesajului  
 Redactarea comunicării interne (emailuri, *meeting notes*, *feedback*, *brief*-uri, prezentări interne, *pitch*-uri)  
 Redactarea comunicatelor de presă  
 Redactarea articolelor și advertorialelor  
 Discursuri și prezentări publice  
 Redactarea interviurilor și Q&A  
 Redactarea conținutului pentru mediul online și social media  
 Tehnici de editare și revizuire  
 Managementul crizelor și redactarea în contexte de criză  
 Studii de caz din PR autohton și internațional

### 2.3. Bibliografie

- Anderson, C. (2016). TED Talks. Ghidul oficial TED pentru vorbitul în public. București: Editura Publica.
- Banaszynski, Jacqui – <http://www.jacquibanaszynski.com/resources-for-writers/>
- Barbu, P. (2013). Primul an de publicitate. București: Editura Tandem Media.
- Coman, C. (2004). Relațiile publice și mass-media. Iași: Editura Polirom, colecția Collegium
- David, G. (2008). Tehnici de Relații Publice - Comunicarea cu mass-media. Iași: Editura Polirom.
- Davis, A. (2008). Tot ce trebuie să știi despre PR. Răspunsuri la peste 500 de întrebări. București: Editura Publica.
- Grunig, L.A., Grunig, J. E. și Dozier, D.M. (2002). Excellent Public Relations and Effective Organizations. A Study of Communication Management in Three Countries. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Meyer, E. (2015). The Culture Map. Decoding how people think, lead, and get things done across cultures. United States of America: Public Affairs, Perseus Books Group.
- Newsom, D., Haynes, J. (2011). Redactarea materialelor de relații publice. Iași: Editura Polirom.
- Oancea, D. (editor coordonator). (2017). The Golden Book of Romanian Public Relations. București: Editura Monitorul Oficial.
- Stan, I (2024). Cultura de organizație. București
- Strunk Jr., W, și White E.B. (2005). The Elements of Style. Dover Publications Inc.
- Trâncă, S. (2014). Brief. 99 de chestii pe care aș fi vrut să le știu când am intrat în publicitate. București: Editura Publica.
- Turkle, S. (2015). Redescoperirea conversației. Puterea dialogului în epoca digitală. București: Humanitas.
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Reber, B. H. (2015). Public Relations: Strategies and Tactics. Harlow, UK: Pearson Education Limited.
- Wilson, G. (2016). Body Language. The signals you don't know you're sending, and how to master them... U.K.: Icon Books.

### 2.4. Modalitatea de verificare

– 70% din notă: Proiect final, aplicație practică de curs, individuală sau de grup: se predă cel mai târziu la finalul semestrului; constă într-un proiect de scurtă întindere (maximum 4 pagini) axat, la alegere, pe:

- elaborarea de conținut pentru diverse canale și publicuri țintă în cadrul unei campanii de PR complete
- redactarea unui discurs pentru o situație dată
- realizarea unui interviu cu o categorie dată de intervievați
- analiza modului în care o companie sau instituție a comunicat public pe un interval definit de timp (6 luni, 1 an etc.).

– 30% din notă: Prezență activă. Nota la activitatea din timpul seminarului (intervenții pe parcursul desfășurării cursului și seminarului; realizarea unor mini-proiecte săptămânale; feedback oferit colegilor; atitudine proactivă).

Studentii trebuie să fie prezenți la cel puțin 3 întâlniri.

Notă: greșelile gramaticale și de scriere sunt depunctate cu 1 punct din nota finală.

## 2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
Seminare față în față	16.03.2025 Ora 09:00 Sala 307			23.03.2025 Ora 09:00 Sala 307		
	24.03.2025 ora 18:00			24.03.2025 ora 19:30		
Seminare online (pe platforma Webex)	14.04.2025 ora 18:00			14.04.2025 ora 19:30		
	29.04.2025 ora 18:00			29.04.2025 ora 19:30		
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare
	02.06.2025 Proiect online	15.06.2025 Proiect online	18.06.2025 Proiect online	02.06.2025 Proiect online	15.06.2025 Proiect online	18.06.2025 Proiect online



<b>Coordonator de disciplină:</b>	cadru didactic asociat drd. Marina ENACHE
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	8

### 3.1. Cadrul general al cursului

Practica reprezintă o disciplină aplicativă cuprinsă în planul de învățământ al semestrului IV. Stagiul de practică se efectuează timp de două săptămâni. Practica se poate desfășura la locul de muncă (pentru masteranzii angajați) sau în oricare organizație care are legătură cu comunicarea, relațiile publice, respectiv resursele umane.

### 3.2. Modalitatea de verificare

Toți masteranzii, indiferent de locul în care efectuează practica, trebuie să prezinte dosarul de practică cu următorul conținut:

- a. adeverința care atestă efectuarea practicii;
- b. un raport de practică (5-10 pagini), care să cuprindă:
  - descrierea organizației;
  - perioada de desfășurare a stagiului de practică;
  - departamentul în care a fost efectuat stagiul de practică;
  - persoanele de contact;
  - obiectivele asumate pentru stagiul de practică;
  - activitățile la care masterandul a participat în perioada stagiului de practică (cu descrierea detaliată a acestora);
  - observații și concluzii.
- c. aprecierea șefului departamentului în care a fost desfășurată practica.

#### CRITERIILE DE EVALUARE (DE OBȚINERE A NOTEI)

- complexitatea activității desfășurate;
- capacitatea de a analiza și prezenta activitățile desfășurate;
- capacitatea de a comenta și oferi soluții pentru problemele identificate;
- însușirea corectă a noțiunilor învățate;
- creativitatea și originalitatea în materialele realizate.

Încheierea situației școlare este condiționată de prezentarea dosarului de practică.

Dosarul de practică va fi încărcat de studenți la secțiunea **Evaluare**, de pe platforma de e-learning, până la data menționată în programarea activităților.

**Realizarea dosarului de practică este obligatorie.**

### 3.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare
<b>Examen</b>	06.06.2025 Proiect online	13.06.2025 Proiect online	20.06.2025 Proiect online	06.06.2025 Proiect online	13.06.2025 Proiect online	20.06.2025 Proiect online



# METODE ȘI TEHNICI DE ELABORARE A LUCRĂRII DE ABSOLVIRE

**Coordonator de disciplină:** asistent univ. dr. Andreea STANCEA

**Statut:** obligatorie

**Număr de credite:** 7

## 4.1. Cadrul general al cursului

Cursul își propune să îi familiarizeze pe studenți cu standardele elaborării lucrărilor științifice (monografii, articole pentru revistele de specialitate, lucrări de licență, disertații, teze de doctorat), cu accent pe elaborarea lucrării de absolvire a studiilor universitare de masterat. Studenții trebuie să își însușească normele de redactare a lucrărilor științifice, să cunoască și să respecte etica cercetării științifice, în general, și cerințele deontologice ale elaborării disertațiilor, în special. Pentru examen, studenții au obligația de a prezenta, în scris, unul dintre capitolele disertației sau de a elabora, plecând de la tema aleasă pentru lucrarea de absolvire, un articol științific.

## 4.2. Structura cursului

1. Deontologia elaborării lucrărilor științifice
2. Alegerea temei și structurarea unei lucrări științifice
3. Etapele realizării unei cercetări științifice
4. Analiza și prezentarea datelor de cercetare științifică
5. Stilul de redactare al lucrărilor științifice
6. Surse academice și sisteme de citare
7. Capcanele plagiatului și evitarea lor
8. Susținerea unei lucrări științifice în fața unei comisii de specialitate

## 4.3. Bibliografie

- Bailey, S. (2006). *Academic Writing. Handbook for International Students* (ediția a 2-a). Londra: Routledge.
- Chelcea, S. (2011). *Manual de redactare în științele socioumane*. București: Editura Comunicare.ro.
- Croucher, S. M., & Cronn-Mills, D. (2018). *Understanding communication research methods: A theoretical and practical approach*. Routledge.
- Eco, U. [1997] (2000). *Cum se face o teză de licență*. Constanța: Editura Pontica.
- Hartley, James (2008). *Academic Writing and Publishing. A Practical Handbook*. Londra & New York: Routledge, pp. 21-127.
- Mishra, S. B., & Alok, S. (2022). *Handbook of research methodology*. Educreation Publishing.
- Șerbănescu, Andra. [2000] (2001). *Cum se scrie un text* (ediția a II-a). Iași: Editura Polirom.



**Resurse online:**

*Purdue Online Writing Lab* – Academic writing, disponibil la

[https://owl.purdue.edu/owl/general\\_writing/academic\\_writing/index.html](https://owl.purdue.edu/owl/general_writing/academic_writing/index.html)

Research.com – APA Format for Academic Papers: Guidelines & Examples, disponibil la

<https://research.com/research/apa-format-for-academic-papers>

**4.4. Modalitatea de verificare**

Elaborarea unui capitol din lucrarea de absolvire sau a unui articol științific pe tema aleasă pentru disertație.

Capitolul disertației sau, după caz, articolul științific, va fi încărcat de studenți la secțiunea **Evaluare**, de pe platforma de e-learning, până la data menționată în programarea activităților.

**Realizarea acestuia este obligatorie.**

**4.5. Programarea seminarelor și a examenelor**

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
<b>Seminare față în față</b>	<p>21.02.2025 ora 16:00 PRELEGERE/LINK <a href="https://snspsa.webex.com/snspsa/j.php?MTID=m16fe53c46254fe938abc2caddcb8dfec">https://snspsa.webex.com/snspsa/j.php?MTID=m16fe53c46254fe938abc2caddcb8dfec</a></p>					
<b>Seminare online (pe platforma Webex)</b>	07.03.2025 ora 18:00			07.03.2025 ora 19:30		
	14.03.2025 ora 18:00			14.03.2025 ora 19:30		
	21.03.2025 ora 18:00			21.03.2025 ora 19:30		
<b>Examen</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Reexaminare</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Reexaminare</b>
	06.06.2025 Proiect online	13.06.2025 Proiect online	20.06.2025 Proiect online	06.06.2025 Proiect online	13.06.2025 Proiect online	20.06.2025 Proiect online

# REEXAMINĂRI ANUL II, SEMESTRUL I

Materie	Coordonator	Data
Managementul evenimentelor	Irina MARSH	22.06.2025 Pe email: irina.marsh@comunicare.ro
Analiza discursului public	Dumitru BORTUN	02.06.2025
Lobby	Irina MARSH	13.06.2025
Comunicare guvernamentală	Florin ZERU	14.06.2025
Comunicare în domeniul sănătății	Alina DUDUCIUC	14.06.2025



# MASTERAT ÎN COMUNICARE MANAGERIALĂ ȘI RESURSE UMANE





# Anul I Semestrul II

## DISCIPLINE

- 1. Managementul strategic al resurselor umane. Schimbarea organizațională**  
Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Dan STĂNESCU
- 2. Evaluarea în managementul resurselor umane**  
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat lector univ. dr. Carmen NOVAC
- 3. Formare profesională și training**  
Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Camelia CRIȘAN
- 4. Metode de cercetare în științele comunicării**  
Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Valeriu FRUNZARU  
prof. univ. dr. Loredana IVAN
- 5. Comunicare și leadership în era digitală**  
Coordonator de disciplină: lector univ. dr. Marius ROMAȘCANU

# 1. MANAGEMENTUL STRATEGIC AL RESURSELOR UMANE. SCHIMBAREA ORGANIZAȚIONALĂ

**Coordonator de disciplină:** conf. univ. dr. Dan STĂNESCU

**Statut:** obligatorie

**Număr de credite:** 6

## 1.1. Cadrul general al cursului

Organizațiile sunt rareori într-o stare de echilibru. De cele mai multe ori le poți surprinde parcurgând stări mai mult sau mai puțin dinamice, fluctuante, în care schimbarea sau adaptarea unei părți a organizației poate avea un efect-bumerang și în alte segmente ale sale, sau în mediul extern. Ca în orice alt mediu în care există interacțiuni umane, există o continuă și subtilă schimbare în aceste modalități de interrelaționare. În majoritatea organizațiilor aceste schimbări au loc pe scară largă, uneori în mod reactiv, ca răspuns la presiuni externe, alteori ca efect al unor demersuri planificate, deci proactiv.

Schimbarea sistemelor sociale nu este o disciplină distinctă, cu granițe rigide și bine definite. Atât teoriile cât și practica schimbării organizaționale pot fi circumscrise unui număr de discipline sociale, ori tradiții științifice. Deși considerăm această multidisciplinaritate ca fiind unul din atuurile teoriilor schimbării, ea face foarte dificil orice demers de identificare și definire a conceptelor-cheie. Cursul tratează din acest motiv în prima sa parte teoriile schimbării organizaționale, atât în ceea ce privește schimbarea planificată, cât și schimbarea emergentă a structurilor sau caracteristicilor funcționale ale organizației, centrându-se în scop rezumativ asupra dezvoltării organizaționale, ca demers integrativ în schimbarea strategică a organizației.

## 1.2. Structura cursului

Unitatea de învățare 1 – Fundamentul teoretic al schimbării organizaționale; Teoriile generale ale schimbării organizaționale

Unitatea de învățare 2 – Teoriile schimbării organizaționale ca demers planificat

Unitatea de învățare 3 – Teoriile schimbării organizaționale ca proces emergent

Unitatea de învățare 4 – Organizational Development (OD) ca demers integrativ

Unitatea de învățare 5 – Concepte-cheie în schimbarea organizațională (Schimbare și tranziție, Schimbare reactivă și proactivă, Generatorii schimbării, Rezistența la schimbare, Factorii individuali ai schimbării)

Unitatea de învățare 6 – Abordări în diagnoza schimbării organizaționale (Diagnoza schimbării organizaționale ca analiză a seriilor de timp, Diagnoza schimbării organizaționale ca analiză a structurilor organizaționale implicate în schimbare, Concluzii metodologice. Avantaje și dezavantaje în diagnoza schimbării organizaționale)

Unitatea de învățare 7 – Comunicare managerială și schimbare organizațională. Plan și pași practici pentru controlul schimbării

### 1.3. Bibliografie

- Avram, E. (coord.). (2008). *Psihologie organizațional-managerială. Tendințe actuale*, Editura Polirom, Iași
- Bogathy, Z. (coord.). (2004). *Manual de psihologia muncii și organizațională*, Editura Polirom, Iași
- Landy, F. J., Conte, J. M. (2013). *Work in the 21st century: an introduction to industrial and organizational psychology*, John Willey and Sons Inc., New Jersey
- Miller, L. M. (1989). *Barbarians to bureaucrats. Corporate life cycle strategies*. NY: Ballantine
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2007). *Organizational behavior – 12th ed.*, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey
- Spector, P. E. (2012). *Industrial and organizational psychology: research and practice – 6th ed.*, John Willey and Sons Inc., New Jersey

### 1.4. Modalitatea de verificare

Pentru examen studenții vor pregăti un fișier (.docx sau .pdf) conținând rezolvarea studiului de caz (5-10 pagini) propus la finalul suportului de curs. Pentru aceasta este necesară parcurgerea întregului suport de curs!

Lucrările vor fi trimise la adresa de mail: dan.stanescu@comunicare.ro, având ca subiect următoarea formulare: “MRU\_SCH\_Numele studentului”. Lucrările predate după termenul limită și care nu conțin referința corectă și completă în linia de subiect nu vor fi luate în considerare.

### 1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
<b>Seminare față în față</b>	22.03.2025 ora 9:00 sala 104			
	29.03.2025 ora 9:00 sala 104			
<b>Seminare online (pe platforma Webex)</b>	08.04.2025 ora 17:00		08.04.2025 ora 18:30	
	15.04.2025 ora 17:00		15.04.2025 ora 18:30	
	29.04.2025 ora 17:00		29.04.2025 ora 18:30	
<b>Examen</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>
	06.06.2025 Studiu de caz online	13.06.2025 Studiu de caz online	06.06.2025 Studiu de caz online	13.06.2025 Studiu de caz online

<b>Coordonator de disciplină:</b>	cadru didactic asociat lector univ. dr. Carmen NOVAC
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	6

## 2.1. Cadrul general al cursului

**Descrierea și obiectivele cursului:** acumularea de cunoștințe care să permită studenților efectuarea de evaluări de personal, evaluări de posturi și construcția unor sisteme de remunerare, pentru diverse domenii de activitate, în cadrul organizațiilor naționale și multinaționale. De asemenea, parcurgerea cursului va contribui la dezvoltarea competențelor necesare viitorilor specialiști pentru elaborarea instrumentelor și derularea proceselor de evaluare a resurselor umane, indiferent de domeniul de activitate al organizațiilor.

## 2.2. Structura cursului

- 1. Dezvoltarea strategiei resurselor umane**
  - 1.1. Modele ale strategiei resurselor umane
  - 1.2. Structură și strategie
  - 1.3. Resursele umane – principala resursă a organizației
- 2. Managementul resurselor umane – noțiuni introductive**
  - 2.1. Mecanicismul și viziunea organică asupra naturii umane
  - 2.2. Politica resurselor umane
- 3. Analiza posturilor**
  - 3.1. Analiza posturilor / rolurilor
  - 3.2. Importanța analizei posturilor
  - 3.3. Conținutul, întrebuințări și scopul postului
- 4. Proiectarea și evaluarea posturilor**
  - 4.1. Metode de evaluare a posturilor
- 5. Alte metode de evaluare a posturilor**
  - 5.1. Aplicarea evaluării posturilor
- 6. Metoda MERCER**
  - 6.1. Sistemul Internațional de Evaluare a Postului
- 7. Evaluarea performanțelor. Noțiuni introductive**
  - 7.1. Ciclul de gestionare a randamentului
  - 7.2. Elaborarea programului de evaluare

- 8. Procesul de evaluare între necesitate și realitate**
  - 8.1. Surse de erori în procesul de evaluare
  - 8.2. Obiectivele evaluării performanțelor
  - 8.3. Etapele procesului de evaluare a performanțelor
- 9. Metode și tehnici de evaluare**
  - 9.1 Semnificația interacțiunii evaluator-evaluat
- 10. Evaluarea multisursă**
- 11. Sisteme de remunerare**
  - 11.1. Managementul recompenselor
  - 11.2. Abordări moderne ale gestiunii remunerației. Politica salarială – componentă a politicii generale a organizației
- 12. Principii de salarizare abordate din perspectivă managerială**
  - 12.1. Model de construcție a unui sistem de salarizare
- 13. Soluții informatice folosite în evaluarea de performanțe**
  - 13.1. Tendința IT în domeniul Resurselor Umane
  - 13.2. Avantajele soluțiilor informatice integrate
  - 13.3. Arhitecturi de sisteme informatice utilizate în departamentul de resurse umane
- 14. Centrele de evaluare/dezvoltare**
  - 14.1. Definiție și principii
  - 14.2. Scurt istoric
  - 14.3. Caracteristicile unui centru de evaluare
  - 14.4. Metode și tehnici utilizate într-un centru de evaluare
  - 14.5. Aspecte administrative ale centrului de evaluare
  - 14.6. Evaluatorii și pregătirea lor
  - 14.7. Validitatea centrului de evaluare
  - 14.8. Avantajele și dezavantajele unui centru de evaluare

**Anexa A.** Fișe de rol

**Anexa B.** Instrument destinat evaluării posturilor în vederea ierarhizării acestora

**Anexa C.** Aplicație a metodei Mercer pentru evaluarea posturilor unei cofetării

**Anexa D.** Procedura operațională privind evaluarea performanțelor profesionale individuale ale personalului contractual

**Anexa E.** MODEL Fișă de evaluare a performanțelor profesionale individuale ale persoanelor care ocupă funcții de conducere/execuție

**Anexa F.** Fișă de apreciere a personalului

#### **Structura seminarului:**

Seminarul 1 – Realizare Specificații post/Fișe de post/profil post-profil candidat

Seminarul 2 – Stabilirea obiectivelor pentru procesul de evaluare a performanțelor, în cazul diverselor tipuri de organizații

Seminarul 3 – Stabilirea etapelor procesului de evaluare a posturilor, pentru diverse tipuri de organizații

Seminarul 4 – Elaborarea instrumentelor de evaluare a posturilor

Seminarul 5 – Studiu de caz: Organizarea unui centru de dezvoltare pentru un post managerial/ pentru pozițiile manageriale din cadrul departamentelor suport



Seminarul 6 – Studiu de caz: Organizarea unui centru de evaluare pentru un post managerial/ pentru pozițiile manageriale din cadrul departamentelor suport

Seminarul 7 – Construirea unui sistem de remunerare destinat domeniului de vânzări. Sisteme informatice de evaluare de posturi.

### 2.3. Bibliografie

Armstrong, Michael, *Managementul Resurselor Umane: manual de practică*, București, Ed. Codex, 2003.

Chișu, Viorica, *Manualul specialistului în resurse umane*, București, Ed. IRECSON, 2002.

Chișu, Viorica, *Posturi, salarii și ... beneficii*, București. Ed. IRECSON, 2005.

Manolescu, Aurel, *Managementul resurselor umane*, Ed. Economică, 2001.

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

Dessler, G., *Human Resource Management*, ninth Edition, London, Ed. Prentice Hall, Pearson Education International, 2003.

Novac, Carmen, *Influența globalizării asupra managementului resurselor umane*, București, Ed. Printech, 2011.

Pitariu, Horia, *Proiectarea fișelor de post. Evaluarea posturilor de muncă și a personalului. Ghid practic pentru manageri*, București, Ed. IRECSON, 2010.

Stanciu, Ștefan, Leovaridis, Cristina, Ionescu, Mihaela, Stănescu, Dan, *Managementul Resurselor Umane*, București, Ed. Comunicare.ro., 2003.

Thériault, Roland, *GUIDE MERCER sur la gestion de la rémunération – théorie et pratique*, Ed. Gaëtan Morin, 1991.

#### **Bibliografia pentru seminar**

Novac, Carmen, „Evoluția sistemului de evaluare a performanțelor profesionale”, *Revista română de comunicare și relații publice*, vol.10, pp. 243-295, 2007.

Novac, Carmen, „Evoluții în domeniul managementului resurselor umane sub impactul globalizării”, *Revista română de comunicare și relații publice*, vol. 12, pp.137-149, 2008.

Novac, Carmen, „Les provocations de la globalisation et le role des ressources humaines. Vers ou on se dirige?”, *Proceedings of the International Conference Education, Research and Innovation*, 2008.

Novac, Carmen, „Changements induits par la crise économique dans les fonction du management des ressources humaines en Roumanie”, *International Conference Globalization and Changing Patterns in the Public Sphere*, 2010.

Novac, Carmen, *Managementul echipei de proiect. Un ghid teoretic și practic*, București, Ed. Tritonic, 2014.

Novac, Carmen, 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, Carmen, „Influences of the Financial Crisis on the Development of Strategic Human Resource Management Processes in Romania”, *Strategica. Strategic Thinking in a Changing World*, International Academic Conference Bucharest, Romania, June 27-28, 2013, pp. 48-66, București, Ed. Comunicare.ro., 2014.

Novac, Carmen, Mihalcea, Alexandra, „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.

Thorton III, George, C., Rupp, Deborah, E., *Assessment Centers in Human resource Management*, London, Ed. LEA, 2006.

\*\*\* *Consilier – Managementul resurselor umane*, București, Ed. Rentrop & Straton, 2011.

## 2.4. Modalitatea de verificare

**Nota este compusă din: 70% Nota proiect echipă + 30% Nota referat**

**Condiții de participare** (*minim 50% prezență*): Prezență 50% la seminarii online.

**Condiții de promovare** (*ce trebuie să îndeplinească studentul ca să aibă nota 5*): Realizarea în proporție de 50% a temelor **din proiect** și obținerea notei **5 la referat**. Obligatoriu elaborare referat.

**Criterii de evaluare** (*inclusiv cerințe pentru obținerea notei 10*). Realizarea în proporție de 100% a temelor **din proiect**, obținerea notei **9 la referat**.

## 2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
<b>Seminare față în față</b>	08.03.2025 ora 9:00 sala 104			
	15.03.2025 ora 9:00 sala 104			
<b>Seminare online (pe platforma Webex)</b>	18.02.2025 ora 18:00		18.02.2025 ora 19:30	
	25.02.2025 ora 18:00		25.02.2025 ora 19:30	
	04.03.2025 ora 18:00		04.03.2025 ora 19:30	
<b>Examen</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>
	05.06.2025 Proiect + referat online	14.06.2025 Proiect + referat online	05.06.2025 Proiect + referat online	14.06.2025 Proiect + referat online

**Coordonator de disciplină:** lector univ. dr. Camelia CRIȘAN

**Statut:** obligatorie

**Număr de credite:** 6

### 3.1. Cadrul general al cursului

Cursul are drept scop furnizarea unui set de cunoștințe prin care studenții pot ajunge la înțelegerea proceselor de design și livrare a modulelor de formare și training, în mod eficient și profesionist, în cadrul unui context organizațional. Studenții 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 studenți să-și dezvolte acele abilități în baza cărora să poată dezvolta, evalua și livra propriile programe de formare.

La finalul acestui curs, fiecare dintre studenți va fi în măsură să utilizeze un cadru conceptual de referință, va dispune de abilitățile necesare pentru elaborarea unor programe de training, precum și de calități de formator/trainer la nivelul solicitat de companiile de training, managerii de linie, șefii de proiecte sau specialiștii în resurse umane.

Totodată, studenții vor avea posibilitatea de a-și însuși acele cunoștințe necesare analizei diferitelor tipuri de nevoi și expectații individuale și organizaționale. În conexiune directă cu formarea și trainingul, vor fi abordate chestiuni legate de planificarea și dezvoltarea carierei în interiorul unei organizații sau în afara ei.

#### **Obiective specifice ale cursului**

La sfârșitul cursului, studenții vor putea să:

- analizeze și interpreteze contextul organizațional și mediul de afaceri în care operează compania pentru care lucrează, pentru a se asigura că formarea/trainingul contribuie la dezvoltarea organizațională;
- folosească eficient metode de analiză și cercetare pentru a-și consilia și asista clienții în identificarea nevoilor organizaționale de formare la acele nivele unde acest tip de intervenție este necesar și adecvat;
- conlucreze cu toate părțile interesate pentru realizarea sesiunilor de training/formare ce respectă principii de învățare ale adulților;
- includă noi tehnologii, atât în procesul de predare cât și în realizarea programelor de training;
- realizeze o evaluare adecvată a programelor de training și să poată ajunge la un acord cu clienții/organizația în privința schimbărilor necesare pentru creșterea eficienței sesiunilor de formare.

### 3.2. Structura cursului

**Unitatea 1:** Mediul organizațional extern și intern. Dezvoltarea organizațională – organizații care învață

**Unitatea 2:** Identificarea și analiza nevoilor de training/formare (IANT)

**Unitatea 3:** Teorii ale învățării adulților

**Unitatea 4:** Planificarea procesului de training

**Unitatea 5:** Tipuri de formare / training: la locul de muncă și în afara locului de muncă

**Unitatea 6:** Designul sesiunilor de formare / training

**Unitatea 7:** Evaluarea programelor de formare / training

**Unitatea 8:** Dezvoltarea abilităților de formator. Trucuri și stratageme

**Unitatea 9:** Dinamica grupului în procesul de training

### 3.3. Bibliografie

Bibliografia se găsește în interiorul suportului de curs.

### 3.4. Modalitatea de verificare

#### 1. Evaluarea intermediară

Încă din timpul semestrului, studenții se vor organiza în echipe de 5-6 persoane.

**Eseu** – redactarea, individual, a unui joc de training ce va fi urcat online la examenul final, cu atingerea următoarelor puncte:

- Numele jocului,
- Obiectivul jocului,
- Resursele necesare,
- Numărul optim de participanți,
- Desfașurare jocului,
- Întrebări pentru sesiunea de debriefing.

Acest tip de evaluare va constitui **30%** din valoarea finală a notei.

**Textele vor fi scrise cu diacritice, în caz contrar ele nu vor fi luate în considerare.**

#### 2. Evaluarea finală

##### *Realizarea unui proiect de cercetare*

Proiectul va consta în realizarea a 5 interviuri folosind comunicarea online sau față în față, interviuri care vor avea ca scop identificarea nevoilor de formare.

Informațiile obținute din interviuri vor fi procesate:

- va fi realizat un tabel cu nevoi de formare,
- se vor formula obiective de învățare și
- în baza lor va fi realizată schița unei sesiuni de formare cu durata de o oră și jumătate.

Proiectul va avea o lungime de 1.000-1.100 de cuvinte și va fi predat online la data de examen.

Proiectul se va realiza în echipe de 5-6 persoane.

Acest tip de evaluare va reprezenta **60%** din valoarea finală a notei.

**Textele vor fi scrise cu diacritice, în caz contrar ele nu vor fi luate în considerare.**

Din oficiu, se vor acorda 10 puncte, 10% din valoarea finală a notei.

### 3.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	23.02.2025 ora 9:00 sala 307			
	23.03.2025 ora 9:00 sala 510			
Seminare online (pe platforma Webex)	02.03.2025 ora 9:00		02.03.2025 ora 10:30	
	05.03.2025 ora 18:00		05.03.2025 ora 19:30	
	12.03.2025 ora 18:30		12.03.2025 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	12.06.2025 Proiect online	21.06.2025 Proiect online	12.06.2025 Proiect online	21.06.2025 Proiect online



<b>Coordonatori de disciplină:</b>	conf. univ. dr. Valeriu FRUNZARU prof. univ. dr. Loredana IVAN
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	7

## 4.1. Cadrul general al cursului

Cursul își propune familiarizarea studenților cu principalele metode și tehnici folosite în cercetarea din diferite arii ale comunicării și deprinderea studenților să folosească datele cercetării științifice pentru elaborarea strategiilor de comunicare și rezolvarea unor probleme specifice. Relația interactivă, prezentarea unor exemple concrete, practice, evaluarea cunoștințelor dobândite necesare cercetării de teren fac din *Metode de cercetare în comunicare* un curs aplicat, util tuturor celor care lucrează în domeniul comunicării. Structura cursului urmărește, printre altele, realizarea unei cercetări de teren pe bază de chestionar, având în vedere atât construirea instrumentului de cercetare, cât și selectarea eșantionului. De asemenea, vom aborda tehnica interviului, cu precădere a celui semi-structurat, respectiv a celui de grup. Metoda observației va fi prezentată atât în varianta calitativă cât și cantitativă pe baza unui ghid structurat de observație. Analiza de conținut este una dintre metodele cele mai folosite în domeniul comunicării. În acest curs vom insista cu precădere asupra analizei cantitative, subliniind rigoarea, măsurarea sistematică și obiectivă a conținutului comunicării.

După parcurgerea acestui curs, studenții vor avea cunoștințele și deprinderile necesare pentru construirea unui instrument de cercetare, administrarea lui, analiza datelor și prezentarea lor într-un raport de cercetare sau studiu științific. Studenții vor fi capabili să distingă între metodele cantitative și cele calitative de cercetare și să cunoască specificul fiecărei tehnici predate. În planul gândirii științifice, acest curs urmărește depășirea abordărilor bazate pe cunoașterea la nivelul simțului comun și raportarea la realitatea socială, plecând de la exigențele și rigoarea metodelor de cercetare predate.

## 4.2. Structura cursului

### 1. Chestionarul

Specificul anchetei și sondajului de opinie

Ce trebuie știm pentru a construi un bun chestionar?

### 2. Eșantionarea

Populația investigată și eșantionarea. De ce realizăm cercetări pe bază de eșantion

Eșantionarea neprobabilistă

Eșantionarea probabilistă

### 3. Focus grupul

În ce constă specificul metodelor calitative?

Particularitățile interviului ca metodă de cercetare calitativă

Tipuri de interviu, după gradul de structurare

Anchetă pe bază de chestionar *versus* anchetă pe bază de interviu

Tehnici interogative specifice interviului semistrukturat și în profunzime

Ce sunt focus grupurile?

Câte persoane participă la un focus-grup?

Care sunt caracteristicile moderatorului?

Cum trebuie să organizăm o sală pentru desfășurarea focus-grupului?

Focus grupul – o tehnică cu istorie recentă în cercetare de piață

Avantajele și limitele tehnicii focus-grupului

Când este oportună utilizarea tehnicii focus grupului?

Câte focus grupuri sunt necesare?

Construcția grilei de focus-grup

### 4. Observația

Când folosim metoda observației?

Observația ne ajută să investigăm comportamentul real al subiectului

Rolul observatorului

Specificul metodei observației

Limitele metodei observației

Abordare calitativă sau cantitativă în aplicarea metodei observației?

Avantajele și limitele observației?

Tipuri de observație

### 5. Analiza de conținut

Analiza de conținut – o metode de cercetare cantitativă și calitativă

Analiza de conținut – scurt istoric

Schema de categorii

Unitatea de înregistrare și unitatea de context

Fidelitatea și validitatea

Folosirea computerului în analiza de conținut

Considerații finale

## 4.3. Bibliografie

Babbie, Earl. (2010). *Practica cercetării sociale*. Iași: Editura Polirom.

Chelcea, Septimiu. (2004). *Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative*. București: Editura Economică.

Diaconu-Gherasim, L.R., Măirean, C. și Curelaru, M. (coord.) (2022). *Metode cantitative de cercetare. Desingnuri și aplicații în științele sociale*. Iași: Editura Polirom.

Krueger, Richard A., Casey, Mary Anne [2000] (2005). *Metoda focus grup. Ghid practic pentru cercetarea aplicată*. Iași: Editura Polirom.

#### 4.4. Modalitatea de verificare

Nota finală va fi obținută pe baza evaluării unui proiect de cercetare (30%) și a notei obținute la examen (70%), care va consta într-un test grilă.

#### 4.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
<b>Seminare față în față</b>	09.03.2025 ora 10:00 sala 510			
	16.03.2025 ora 10:00 sala 510			
<b>Seminare online (pe platforma Webex)</b>	13.03.2025 ora 17:00		13.03.2025 ora 18:30	
	20.03.2025 ora 17:00		20.03.2025 ora 18:30	
	27.03.2025 ora 17:00		27.03.2025 ora 18:30	
<b>Examen</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>
	02.06.2025 ora 18:00 Test grilă – Examen online	15.06.2025 ora 10:00 Test grilă – Examen online	02.06.2025 ora 18:00 Test grilă – Examen online	15.06.2025 ora 10:00 Test grilă – Examen online





**Coordonator de disciplină:** lector univ. dr. Marius C. ROMAȘCANU

**Statut:** obligatorie

**Număr de credite:** 5

## 5.1. Cadrul general al cursului

Chintesența a leadershipului, comunicarea a devenit în zorii secolului 21 amprenta inconfundabilă a liderului în relația sa cu lumea. Astfel contextualizată, comunicarea capătă în era digitală valențe suplimentare, căci autenticitatea în relațiile dintre lideri și adepții lor pare a se baza din ce în ce mai mult (și) pe interacțiunile petrecute în mediul digital. În era digitală, accesul la lideri – la cine sunt ei și la ceea ce reprezintă aceștia și nu doar la ceea ce întreprind ei și consecințele acțiunilor lor asupra celorlalți – reprezintă o cerință pe care adepții o găsesc în mod firesc îndreptățită atunci când vine vorba despre a urma un lider, căci oamenii par să își dorească, în primul rând, lideri pe care să îi respecte și pe care să îi modeleze.

Cursul „Comunicare și leadership în era digitală” este destinat studenților de la Masteratul de Comunicare Managerială și Resurse Umane, forma de învățământ cu frecvență redusă, și se adresează tuturor celor care își doresc să înțeleagă modul în care prezentul digital influențează viitorul prin intermediul comunicării și al leadershipului. Astfel, masteranzii vor avea la dispoziție repere teoretice și elemente aplicative menite a facilita înțelegerea comunicării și a leadershipului într-o lume de factori caracterizați prin acronimul VUCA, era digitală reprezentând – prin ea însăși – o provocare adresată, în egală măsură, atât nativilor digitali cât și imigranților digitali.

La nivel teoretic, cursul prezintă modul în care beneficiile creșterii nivelului de conștientizare cu privire la inteligența emoțională și cele ale îmbunătățirii gradului de cunoaștere a elementelor din alcătuirea evaluării centrale a sinelui, articulate prin intermediul comunicării interpersonale și organizaționale, își pun amprenta într-un mod pozitiv asupra leadershipului în contextul oferit de diferitele situații profesionale. Astfel, abordările de ordin conceptual sunt create cu scopul de a furniza masteranzilor repere cu ajutorul cărora să se poată orienta rapid și eficient în climatul în continuă schimbare ce caracterizează era digitală.

La nivel aplicativ, cursul operaționalizează comportamentele și conduitele de succes cu privire la comunicare și leadership în aspecte esențiale ce privesc atât gestionarea diferitelor situații cu potențial de vulnerabilitate la nivel organizațional, cât și de sporire a impactului pe care carisma îl are, la nivel interpersonal, asupra celorlalți.

1. **Introducere**
2. **Concepte fundamentale cu privire la leadership**
  - Principalele teorii cu privire la leadership
  - Modelul complet al leadershipului (Full Range Leadership Model)
3. **Comunicarea interpersonală în era digitală**
  - Era digitală și influența ei asupra comunicării
  - Comunicarea interpersonală
  - Definirea conceptului de asertivitate
  - Efecte ale asertivității
4. **Elemente esențiale privind comunicarea organizațională**
  - Natura organizațiilor
  - Structura organizațiilor și rolul acesteia în comunicare
  - Tipuri de organizații
  - Funcțiile conducerii organizațiilor
  - Structura de autoritate și responsabilitate
5. **Inteligența emoțională**
  - Definirea conceptului și principalele teorii cu privire la inteligența emoțională
  - Predictori ai inteligenței emoționale
  - Efecte ale inteligenței emoționale
6. **Evaluarea central a sinelui (Core Self-Evaluation-CSE)**
  - Stima de sine – definirea conceptului și efectele stimei de sine
  - Autoeficacitatea – definirea conceptului
    - Sursele autoeficacității
    - Predictori ai autoeficacității
    - Efectele autoeficacității
  - Nevrotismul – definirea conceptului și efecte ale nevrozismului
  - Locul controlului – definirea conceptului și efectele locului controlului
  - Autoreglarea – definirea conceptului
    - Predictori ai autoreglării
    - Efectele autoreglării
7. **Leadershipul transformațional**
  - Predictori ai leadershipului transformațional
  - Efectele leadershipului transformațional
8. **Leadership și V.U.C.A. în era digitală**
  - Conceptul de VUCA și aspectele care intră în componența acestuia
  - Internet of Bodies (IoB)
  - „V.U.C.A. n+1. To the Infinity and Beyond!”

### 5.3. Bibliografie

Bibliografia se află la sfârșitul cursului în format electronic.

### 5.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea cunoștințelor se va face în urma unei examinări consolidate la sfârșitul cursului și constă din realizarea unui proiect pe temă dată.

#### **Teme pentru proiect – realizarea unui eseu privind:**

- comunicarea interpersonală
  - leadershipul transformațional
  - asertivitatea
  - inteligența emoțională
  - stima de sine
  - autoeficacitatea
  - nevrotismul
  - locul controlului
  - autoreglarea
  - structura organizațiilor și rolul acestora în comunicare
  - tipuri de organizații
  - funcțiile conducerii organizațiilor
  - structura de autoritate și responsabilitate
  - conceptul de VUCA și elementele din alcătuirea conceptului
- și oricare dintre predictorii sau efectele acestora, acolo unde este cazul.

Studentii pot lua în considerare în tratarea tematicii și un exemplu specific (fără a se menționa numele organizației).

Condiții de realizare a proiectului. Lucrarea trebuie redactată în limba română (cu diacritice) și nu trebuie să depășească 8 pagini A4 (Times New Roman, 12, spațiere 1,5, margini de 2,5 cm), incluzând bibliografia studiată pentru redactarea temei (notă: nu se admit la bibliografie referințe preluate din DEX, wikipedia sau reviste precum: Cariere, Suplimentul Profesiei al Ziarului Financiar sau orice alte tipuri de astfel de surse). Lucrările trebuie să fie conforme cu standardul de redactare APA (Asociația Psihologilor Americani, vezi <http://www.apastyle.org>; <http://owl.english.purdue.edu>). Aceste cerințe sunt obligatorii și eliminatorii.

**Textele vor fi scrise cu diacritice, în caz contrar ele nu vor fi luate în considerare.**

Transmiterea temei:

Lucrările vor fi trimise la adresa de mail [marius.romascanu@comunicare.ro](mailto:marius.romascanu@comunicare.ro), având ca subiect următoarea formulare: “MRU\_CLED\_2025\_Numele\_și\_prenumele\_studentului”. Lucrările predate după termenul limită și care nu conțin referința corectă și completă în linia de subiect nu vor fi luate în considerare.

## 5.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	22.02.2025 ora 10:00 sala 510			
	01.03.2025 ora 10:00 sala 509			
Seminare online (pe platforma Webex)	19.03.2025 ora 18:30		19.03.2025 ora 20:00	
	26.03.2025 ora 18:30		26.03.2025 ora 20:00	
	02.04.2025 ora 18:30		02.04.2025 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	03.06.2025 Proiect online	10.06.2025 Proiect online	03.06.2025 Proiect online	10.06.2025 Proiect online





# Anul II

## Semestrul IV

# DISCIPLINE

- 1. Sănătate ocupațională**  
Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Dan STĂNESCU
- 2. Capital intelectual**  
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat prof. univ. dr. Adrian CURAJ  
cadru didactic asociat dr. Cosmin HOLEAB
- 3. Practică**  
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat lector univ. dr. Carmen NOVAC
- 4. Metode și tehnici de elaborare a lucrării de absolvire**  
Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat lector univ. dr. Carmen NOVAC

**Coordonator de disciplină:** conf. univ. dr. Dan STĂNESCU

**Statut:** obligatorie

**Număr de credite:** 8

### 1.1. Cadrul general al cursului

Cursul își propune abordarea principalelor tematici ce corespund domeniului sănătății organizaționale, care este privită din perspectiva sănătății psihice și fizice a individului. Sunt discutate în detaliu arii precum stresul ocupațional – definire, modele, stresori, mecanisme de coping și metode/tehnici de reducere a stresului ocupațional – conflictul familie muncă, starea de bine, mobbing, workaholism, hărțuirea sexuală etc.

#### Obiective generale:

- Dobândirea de cunoștințe privind ariile principale ale sănătății organizaționale
- Stabilirea cadrului de derulare a programelor de prevenție, intervenție și evaluare a programelor de sănătate organizațională
- Formarea de deprinderi practice care să ajute specialiștii în domeniul resurselor umane să evalueze sănătatea membrilor organizației, precum și să propună programe menite să prevină apariția problemelor circumscrie de aria sănătății organizaționale.

### 1.2. Structura cursului

1. Starea de bine în organizații
2. Stresul ocupațional
3. Burnout-ul
4. Conflictul muncă-familie și familie-muncă
5. Mobbing-ul
6. Hărțuirea sexuală
7. Workaholismul

### 1.3. Bibliografie

- Avram, E. & Cooper, C.L. (2008). *Psihologie organizațional-managerială. Tendințe actuale*, Iași: Polirom.
- Cooper, C.L. (1996), *Handbook of stress, medicine and health*. Boca Raton, FL: CRC Press.
- Landy, F. J. & Conte, J. M. (2010). *Work in the 21<sup>st</sup> Century. An Introduction to Industrial and Organizational Psychology* (ed. a 3-a). Danvers: Wiley.
- Lazarus, R. S. & Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal and Coping*. New York: Springer.
- Leiter, M. P. & Maslach, C. (2001). Burnout and health. În A. Baum, T. A. Revensonși J. E. Singer (Eds.), *Handbook of health psychology* (pp. 415–426). Mahwah, NJ: Erlbaum.

- Maslach, C. & Leiter, M. P. (2008). Early predictors of job burnout and engagement. *Journal of Applied Psychology*, 93(3), 498-512.
- Matthews, L. Conger, K.A.S. & Wickrama, R.D. (1996) Work-Family Conflict and Marital Quality: Mediating Processes. *Social Psychology Quarterly*, 59(1), 62-79.
- Schaufeli, W. R. (2003). Past performance and future perspectives on burnout. *SA Journal of Industrial Psychology*, 29(4), 1-15.
- Schaufeli, W. R. & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources and their relationship with burnout and engagement: a multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 293-315.
- Schaufeli, W. R. & Buunk, B. P. (2003). Burnout: An overview of 25 years of research and theorizing. În M. J. Schabracq, J. A. M. Winnubst & C. L. Cooper (Eds.), *The Handbook of Work and Health Psychology*, (pp. 383-424). Danvers: Wiley.
- Spector, P. E. (2008). *Industrial and Organizational Psychology. Research and Practice* (ed. a 5-a). Danvers: Wiley.
- Sonnentag, S. & Frese, M. (2003). Stress in organizations. În W. C. Borman, D. R. Ilgen, & R. J. Klimoski (Eds.), *Comprehensive Handbook of Psychology, vol. 12: Industrial and Organizational Psychology*. New York: Wiley.
- Zlate, M. (2007). *Tratat de psihologie organizațional-managerială*, vol. al II-lea. Iași: Polirom.

#### 1.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea cunoștințelor se va face în urma unei examinări consolidate la sfârșitul cursului. Examenul constă din realizarea unui proiect pe temă dată.

##### **Teme pentru proiect – realizarea unui eseu privind:**

- intervenția preventivă
- calitatea vieții
- locul controlului
- munca emoțională
- evaluarea centrală a sinelui
- afectivitatea pozitivă/negativă
- comportamentul civic organizațional
- (in)justiția organizațională
- mândria organizațională
- starea de bine
- optimismul dispozițional
- workaholismul
- cyberloafing
- plictiseala la locul de muncă
- împuternicirea psihologică

##### **și oricare dintre predictorii sau efectele acestora!**

Studentii pot lua în considerare în tratarea tematicii și un exemplu specific (fără a se menționa numele organizației).

Condiții de realizare a proiectului. Lucrarea trebuie redactată în limba română (cu diacritice) și nu trebuie să depășească 8 pagini A4 (Times New Roman, 12, spațiere 1,5, margini de 2,5 cm), incluzând bibliografia studiată pentru redactarea temei (notă: nu se admit la bibliografie

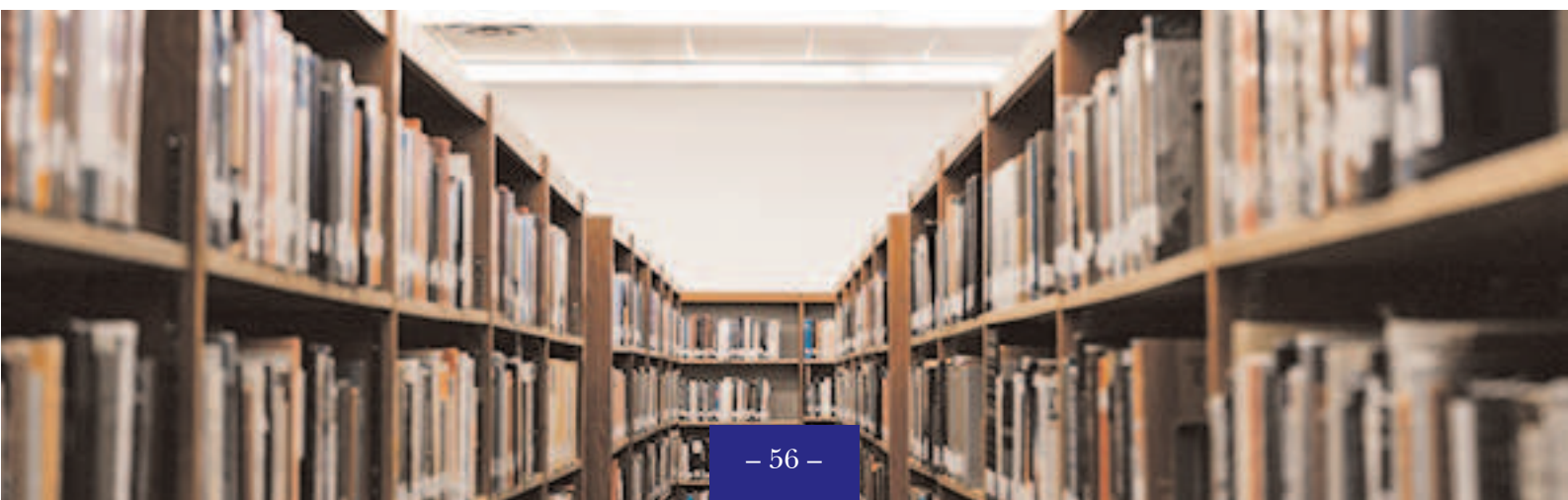
referințe preluate din DEX, wikipedia sau reviste precum: Cariere, Suplimentul Profesii al Ziarului Financiar sau orice alte tipuri de astfel de surse). Lucrările trebuie să fie conforme cu standardul de redactare APA (Asociația Psihologilor Americani, vezi <http://www.apastyle.org>; <http://owl.english.purdue.edu>). Aceste cerințe sunt obligatorii și eliminatorii.

#### Transmiterea temei:

Lucrările vor fi trimise la adresa de mail: dan.stanescu@comunicare.ro, având ca subiect următoarea formulare: “MRU\_SO\_Numele studentului”. Lucrările predate după termenul limită și care nu conțin referința corectă și completă în linia de subiect nu vor fi luate în considerare.

### 1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
Seminare față în față	22.03.2025 ora 12:00 sala 104					
	29.03.2025 ora 12:00 sala 104					
Seminare online (pe platforma Webex)	06.05.2025 ora 18:00			06.05.2025 ora 19:30		
	13.05.2025 ora 18:00			13.05.2025 ora 19:30		
	20.05.2025 ora 18:00			20.05.2025 ora 19:30		
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare
	05.06.2025 Proiect online	13.06.2025 Proiect online	21.06.2025 Proiect online	05.06.2025 Proiect online	13.06.2025 Proiect online	21.06.2025 Proiect online





<b>Coordonator de disciplină:</b>	cadru didactic asociat prof. univ. dr. Adrian CURAJ cadru didactic asociat dr. Cosmin HOLEAB
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	7

### 2.1. Cadrul general al cursului

Cursul are în vedere familiarizarea studenților cu temele actuale legate de structura și rolul capitalului intelectual în scopul evidențierii importanței acestuia în gestionarea aspectelor aparent mai puțin vizibile ale organizației și semnalării interdependenței dintre capitalul intelectual și celelalte elemente organizaționale și societale (structură, stiluri de conducere, orientare strategică, obiective etc.).

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

Prin participarea la cursuri interactive studenții vor dobândi următoarele comportamente specifice:

- să identifice elementele structurale ale capitalului intelectual, proprii unei organizații date;
- să evalueze punctele tari și punctele slabe ale diferitelor metode de estimare a capitalului intelectual;
- să determine și să asambleze în mod coerent elementele constitutive ale unei strategii bazate pe cunoaștere;
- să identifice și să analizeze procesele de transformare a cunoașterii individuale și organizaționale în capital intelectual;
- să identifice care sunt elementele în funcție de care sunt proiectate și conduse procesele de management al capitalului intelectual;
- să identifice elementele de bază necesare raportării organizaționale externe a capitalului intelectual.

### 2.2. Structura cursului

Cursul este structurat după următoarele direcții tematice:

1. Elemente de managementul cunoașterii
2. Teorii și curente în analiza capitalului intelectual
3. Indicatorii de capital intelectual
4. Metode de estimare a capitalului intelectual
5. Raportarea capitalului intelectual
6. Raportul de capitalul intelectual și dezvoltare regională
7. Raportul de capitalul intelectual al universităților
8. Raportul de capitalul intelectual al organizațiilor de cercetare

9. Raportul de capitalul intelectual al instituțiilor financiare
10. Raportul de capitalul intelectual al firmelor
11. Raportul de capitalul intelectual al unei organizații neguvernamentale, non-profit
12. Capitalul intelectual în perspectiva globalizării

### 2.3. Bibliografie

- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021), "Intellectual capital: A modern model to measure the value creation in a business", *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(2), pp. 31-43.
- Anghel, I., Siminică, M., Cristea, M., Sichigea, M., & Noja, G. G. (2018), "Intellectual Capital and Financial Performance of Biotech Companies in the Pharmaceutical Industry", *Amfiteatru Economic*, 20(49), pp. 631.
- Apetroae, M. (2004) , "Capitalul Intelectual și Economiiile Epistemice", ed. FOCUS-OPINFO, București.
- Barney, J.B. (1996), "The Resource-based Theory of the Firm", *Organization Science*, vol.7, no.5 (September-October), pp. 469-476.
- Bontis, N. (1998), "Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models", *Management Decision*, Vol. 36 No. 2, pp. 63-76.
- Bontis, N. (1999), "Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: Framing and advancing the state of the field", *International Journal of Technology Management*, Vol. 18 Nos. 5-8, pp. 433-62.
- Bontis, N., Dragonetti, N.C., Jacobsen, K. and Roos, G. (1999), "The knowledge toolbox: a review of the tools available to measure and manage intangible resources", *European Management Journal*, Vol. 17 No. 4, pp. 391-402.
- Bontis, Nick and John Girardi. (2000), "Teaching Knowledge Management and Intellectual Capital Lessons: An empirical examination of the TANGO simulation", *International Journal of Technology Management*, 20, 5/6/7/8, 545-555.
- Bontis, N. (2001), "Assessing knowledge assets: A review of the models used to measure intellectual capital", *International Journal of Management Reviews*, Vol. 3 No. 1, pp. 41-60.
- Brennan, N. and B. Connell. (2000), "Intellectual Capital: current issues and policy implications", *Journal of Intellectual Capital*, 1, 3, 206-240.
- Brooking, A. (1996), *Intellectual Capital: Core Assets for the Third Millennium Enterprise*, Thomson Business Press, London.
- Burton-Jones, A. (1999), *Knowledge Capitalism: Business, Work and Learning in the New Economy*, Oxford University Press, UK.
- Chankong, V. and Haimés, Y.Y. (1983), *Multiple Objective Decision Making: Theory and Methodology*, North-Holland, New York, NY.
- Chiucchi, M. S., Lombardi, R., & Mancini, D. (Eds.). (2021). *Intellectual Capital, Smart Technologies and Digitalization: Emerging Issues and Opportunities*. Springer International Publishing. DOI: 10.1007/978-3-030-80737-5.
- Covin, T.J. and B.P. Stivers. (1999), "Knowledge and innovation focus: a classification of US and Canadian firms", *International Journal of Technology Management*, 18, 5/6/7/8, 500-509.
- Davenport, T. and Prusak, L. (1998), *Working Knowledge*, Harvard Business School Press, Cambridge, MA.
- Drucker, P.F. (1993), *Post-Capitalist Society*. Harper&Collins, New York.
- Drucker, P.F. (1998), "From Capitalism to Knowledge Society", în *The Knowledge Economy*, Ed. D.Neef, Butterworth-Heinemann, Boston.
- Drucker, P.F. (1999), *Management Challenges for the 21-st Century*, Harper Collins Publishers Inc., New York
- Drucker P.F. (2001), *The Essential Drucker: Selections from the management works of Peter Drucker*, Harper Collins Publishers Inc., New York

- Edvinsson, L., Malone, M. S. (1997), *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower*, HarperBusiness, New York.
- Fenton, N.E. and Pfleeger, S.L. (1997), *Software Metrics: A Rigorous and Practical Approach*, PWS Publishing, Boston, MA.
- Finkelstein, L. (1994), "Measurement and instrumentation science . An analytical review", *Measurement*, No. 14, pp. 3-14.
- Frieden, B.R. (1998), *Physics from Fisher Information*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Fronzizi, M. (1971), *What is Value?*, Open Court, La Salle, IL.
- Gera, S., Lee-Sing, C. and Newton, K. (2001), "The emerging global knowledge-based economy: trends and forces", in *Doing Business in the Knowledge-Based Economy: Facts and Policy Challenges Conference*, Kluwer Academic Publication.
- Hansen, M.T., Nohira, N. and Tierney, T. (1999), "What's Your Strategy for Managing Knowledge", *Harvard Business Review*, March 1999, pp.106-116.
- Harris, D.D. and Sydenham, P.H. (1995), "PRO-MINDS: Development of a software tool to support the measurement system designer", *Measurement*, No. 15, pp. 1-14.
- Holland, J. (2002), *Financial Institutions and Corporate Governance*, Chartered Institute of Management Accountants (CIMA), London.
- Hopkins, S. and Maglen, L. (1999), *Initiative and creativity in the work of operatives*, Working Paper No.18, CEET, University of Melbourne, Melbourne.
- Howitt, P. (1998) , "On Some Problems in Measuring Knowledge-Based Growth", in *The Knowledge Economy*, Ed. D.Neef, Butterworth-Heinemann, Boston.
- Huseman, R. and J. Goodman. (1999), *Leading with Knowledge*, Sage, London.
- Hussinki, H., & Morton, J. (Eds.). (2025). *Futurizing Intellectual Capital: Insights on Navigating Knowledge-Based Value Creation*. Springer:<https://link.springer.com/book/9783031801969>.
- Jeans, M. (1998), " Bridging the S-curve gap", in *Success in Sight: Visioning* , A Kakabadze (ed.), Thomson, London.
- Joia, L.A. (2000), "Measuring intangible corporate assets: Linking business strategy with intellectual capital", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 1 No. 1, pp. 68-84.
- Kaplan, R.S. and D.P. Norton (1992), "The Balanced Scorecard Measures that Drive Performance", *Harvard Business Review*, January-February, 71-79.
- Keeney, R.L. and Raiffa, H. (1976), *Decisions with Multiple Objectives: Preferences and Tradeoffs*, Wiley, New York, NY.
- Knapp A. (1999), "*LIAHONA-HOMES: Holistic Learning & Leading Compass for Organisation, Management, Education and Services*", Graz .
- Krantz, D.H., Luce, R.D., Suppes, P. and Tversky, A. (1971), *Foundations of Measurement*, Vol. 1, Academic Press, New York, NY.
- Krantz, D.H., Luce, R.D., Suppes, P. and Tversky, A. (1990), *Foundations of Measurement*, Vol. 3, Academic Press, New York, NY.
- Lev, B. (2001), *Intangibles. Management, Measurement, and Reporting*. Brookings Institution Press: Washington, DC.
- Lynn, L.E. (1998), "The Management of Intellectual Capital: The issues and the practice". *Management Accounting Issues Paper 16 Management Accounting Practices Handbook*. Society of Management Accountants of Canada, Hamilton, Ontario.
- Marceau, J., Manley, K., and Sicklen, D. (1997), *Alternatives for Australia's Future*, Australian Business Foundation Ltd., Sydney.
- Marr, B., Schiuma, G., Neely, A.. (2002), *Measuring Knowledge Assets*.
- Matos, F., Vairinhos, V., & Selig, P. M. (2017). *Intellectual Capital Management as a Driver of Sustainability: Perspectives for Organizations and Society*. Springer.  
<http://www.som.cranfield.ac.uk/som/resources/groups/cbp/measuringcapabilities.htm>, 04.08.2002.
- Mintz, S. L. (2000), The second annual knowledge scoreboard – A knowing glance, *CFO Net*, February issue.

- Moore, Nicholas G. (1996), Measuring Corporate IQ, Chief Executive, Issue 118: 36-40.
- M'Pherson, P.K. (1981), "A framework for systems engineering design", *The Radio and Electronic Engineer*, Vol. 5 No. 12, pp. 59-93.
- M'Pherson, P.K. (1996), "Business value modelling"; and "The inclusive value of information", Proceedings of the 48th Conference and Congress of the International Federation for Information and Documentation, Graz, Austria.
- M'Pherson, P.K., Rowley, I. and Stupples, D. (1997), "The integration, harmonisation and evaluation of complex systems", *Joint ESA/INCOSE Conference on Systems Engineering*, Noordwijck, pp. 4a.5.1-5.27.
- M'Pherson, P.K. (1999), *The Measurement of Value: Multidimensional Accounting*, Systems and Value Consultancy, Berkhamsted.
- Nahapiet, J. and Ghoshal, S. (1998), "Social Capital, Intellectual Capital, and the Organisational Advantage", *Academy of Management Review*, vol.23, no.2, pp.242-267.
- Nonaka, I. and Takeuchi, H. (1995), *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies create The Dynamics of Innovation*, Oxford University Press.
- OECD (1996), *The Knowledge Based Economy*, Paris.
- Porter, M.E. (1980), *Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, Free Press, New York.
- Rogers, M. (1999), "Monopoly Power, Innovation and Economic Growth", *Australian Economic Review*, 32, pp.96-104.
- Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N., Edvinsson, L. (1997), *Intellectual Capital Navigating the Business Landscape*, Macmillan Business, London.
- Saaty, T.L. (1980), *The Analytic Hierarchy Process*, McGraw-Hill, New York, NY.
- Secundo, G., Dumay, J., Schiuma, G., & Passiante, G. (2018). "Managing Intellectual Capital through a Collective Intelligence Approach: An Integrated Framework for Universities." *Journal of Intellectual Capital*, 19(2), 300-319.
- Shahbaz, M., Mubarik, M. S., & Mahmood, T. (Eds.). (2021). *The Dynamics of Intellectual Capital in Current Era*. Springer. DOI: 10.1007/978-981-16-1692-1
- Smith, K. (1998), "Innovation as a systemic phenomenon: rethinking the role of policy", in *A New Economic Paradigm ? Innovation-based Evolutionary Systems*, Ed. K.Bryant and A.Wells, Department of Industry, Science and Resources, Canberra, pp.17-51.
- Standfield, K. (1999), Knowcorp, <http://www.knowcorp.com>. October 10, 1999.
- Stevens, C. (1998), "The Knowledge-Driven Economy", in *The Knowledge Economy*, Ed. D.Neef, Butterworth-Heinemann, Boston.
- Stewart, T. A. (1997), *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*, Doubleday, New York.
- Sveiby, K.-E. (1997), *The New Organizational Wealth: Managing & Measuring Knowledge-Based Assets*, Berrett-Koehler Publishers, Inc., San Francisco.
- Tippett, M. (1978), "The axioms of accounting measurement", *Accounting and Business Research*, Autumn, pp. 266-78.
- van Brakel, J. (1984), "Norms and facts in measurement", *Measurement*, Vol. 2 No. 1, pp. 45-51.
- van Buren, M. E. (1999), A Yardstick for Knowledge Management. *Training & Development*, May 1999, pp. 71 – 78.
- Willet, R.J. (1988), "An axiomatic theory of accounting" Part 1 and 2, *Accounting and Business Research*, Vol. 19 No. 73, Spring, pp. 155-71; Autumn, pp. 79-91.
- Winter, S. (1987), "Knowledge and Competence as Strategic Asset", in *The Competitive Challenge*, D.Teece, Ballinger, Cambridge.
- Zack, M.H.. (1999), "Developing a Knowledge Strategy", *California Management Review*, 41(3), 1999, pp. 125-145.
- Zack, M.H. (2000), "If Managing Knowledge is the Solution, Then What's the Problem ?" in *Knowledge Management and Business Innovation*, Y.Malhotra (ed.), Hershey, PA: Idea Group Publishing.

## 2.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea cunoștințelor se va face pe baza unui proiect realizat sub forma unui referat/eseu, din tematica cursului, conform specificațiilor de mai jos:

- Minimum trei surse bibliografice;
- Max. 10 pagini, caracter Times New Roman, 12 puncte, spațiere 1<sup>½</sup> rânduri;
- Cursurile, bibliografie, studii de caz și alte materiale necesare cursului vor fi disponibile pe platforma de e-learning.
- Lucrarea va analiza unul dintre rapoartele de capital intelectual pe care cursanții le vor găsi pe platforma de e-learning sau va putea prezenta un raport de capital intelectual al unei instituții alese de cursant. Este esențial ca lucrarea să se constituie într-o contribuție personală, inclusiv o analiză a datelor prezentate în raportul ales ca model, comentarii asupra disponibilității datelor pentru a face raportul de capital intelectual al instituției alese de cursant etc.
- Dacă un cursant va utiliza părți dintr-un raport/lucrare/articol în propria lucrare, acestea vor fi marcate, de preferat „italic”, astfel încât să fie explicit că nu sunt contribuția cursantului.

Predarea proiectelor se va face conform planificării prezentate mai jos.

Proiectele se trimit la adresa de e-mail: [cosmin.holeab@gmail.com](mailto:cosmin.holeab@gmail.com)

## 2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
Seminare față în față	01.03.2025 ora 11:30 sala 314					
	08.03.2025 ora 11:30 sala 314					
Seminare online (pe platforma Webex)	19.03.2025 ora 18:30			19.03.2025 ora 20:00		
	26.03.2025 ora 18:30			26.03.2025 ora 20:00		
	02.04.2025 ora 18:30			02.04.2025 ora 20:00		
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare
	04.06.2025 Proiect online	12.06.2025 Proiect online	19.06.2025 Proiect online	04.06.2025 Proiect online	12.06.2025 Proiect online	19.06.2025 Proiect online

<b>Coordonator de disciplină:</b>	cadru didactic asociat lector univ. dr. Carmen NOVAC
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	7

### 3.1. Cadrul general

Practica reprezintă o disciplină aplicativă cuprinsă în planul de învățământ al semestrului IV. Stagiul de practică se efectuează timp de două săptămâni. Practica se poate desfășura la locul de muncă (pentru masteranzii angajați) sau în oricare organizație care are legătură cu comunicarea, relațiile publice, respectiv resursele umane.

### 3.2. Modalitatea de verificare

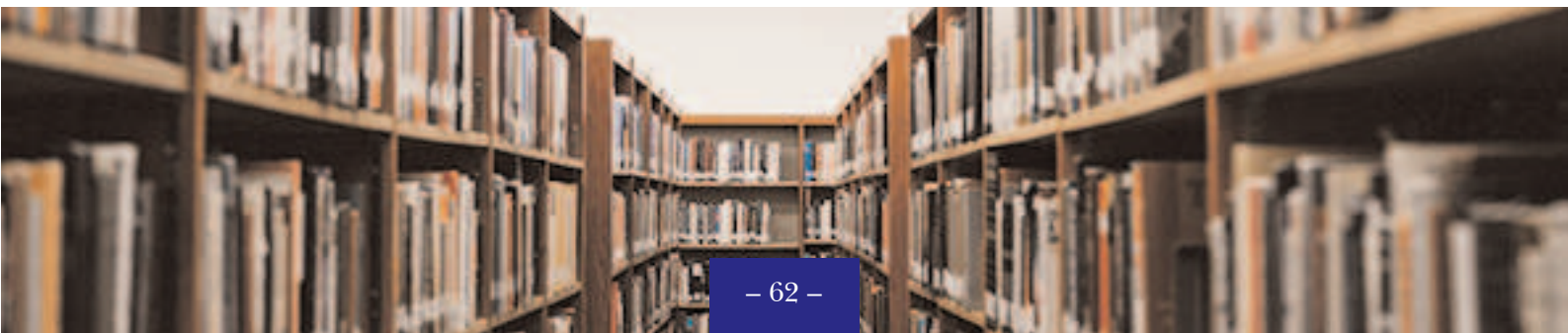
Toți masteranzii, indiferent de locul în care efectuează practica, trebuie să prezinte dosarul de practică cu următorul conținut:

- a. adeverința care atestă efectuarea practicii;
- b. un raport de practică (5-10 pagini), care să cuprindă:
  - descrierea organizației;
  - perioada de desfășurare a stagiului de practică;
  - departamentul în care a fost efectuat stagiul de practică;
  - persoanele de contact;
  - obiectivele asumate pentru stagiul de practică;
  - activitățile la care masterandul a participat în perioada stagiului de practică (cu descrierea detaliată a acestora);
  - concluzii.
- c. aprecierea șefului departamentului în care a fost desfășurată practica.

#### CRITERIILE DE EVALUARE (DE OBȚINERE A NOTEI)

- complexitatea activității desfășurate;
- capacitatea de a analiza și prezenta activitățile desfășurate;
- capacitatea de a comenta și oferi soluții pentru problemele identificate;
- însușirea corectă a noțiunilor învățate;
- creativitatea și originalitatea în materialele realizate.

Încheierea situației școlare este condiționată de **încărcarea pe platformă a dosarului de practică.**



## Programarea examenelor

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare
<b>Examen</b>	03.06.2025 Proiect online	11.06.2025 Proiect online	17.06.2025 Proiect online	03.06.2025 Proiect online	11.06.2025 Proiect online	17.06.2025 Proiect online



# METODE ȘI TEHNICI DE ELABORARE A LUCRĂRII DE ABSOLVIRE

<b>Coordonator de disciplină:</b>	cadru didactic asociat lector univ. dr. Carmen NOVAC
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	8

## 4.1. Cadrul general al cursului

Cursul își propune să îi familiarizeze pe studenți cu standardele elaborării lucrărilor științifice (monografii, articole pentru revistele de specialitate, lucrări de licență, disertații, teze de doctorat), cu accent pe elaborarea lucrării de absolvire a studiilor universitare de masterat. Studenții trebuie să își însușească normele de redactare a lucrărilor științifice, să cunoască și să respecte etica cercetării științifice, în general, și cerințele deontologice ale elaborării disertațiilor, în special. Pentru examen, studenții au obligația de a prezenta, în scris, unul dintre capitolele disertației sau de a elabora, plecând de la tema aleasă pentru lucrarea de absolvire, un articol științific.

## 4.2. Structura cursului

1. Deontologia elaborării lucrărilor științifice
2. Alegerea temei și structurarea unei lucrări științifice
3. Etape realizării unei cercetări științifice
4. Analiza și prezentarea datelor de cercetare științifică
5. Stilul de redactare al lucrărilor științifice
6. Surse academice și sisteme de citare
7. Capcanele plagiatului și evitarea lor
8. Susținerea unei lucrări științifice în fața unei comisii de specialitate

## 4.3. Bibliografie

- Bailey, Stephen (2006). *Academic Writing. Handbook for International Students* (ediția a 2-a). Londra: Routledge (disponibil la: [https://www1.doshisha.ac.jp/~ji-ii/Bailey.Academic\\_Writing.pdf](https://www1.doshisha.ac.jp/~ji-ii/Bailey.Academic_Writing.pdf)).
- Chelcea, Septimiu (2011). *Manual de redactare în științele socioumane*. București: Editura Comunicare.ro.
- Day, Robert A. (1995), *How to Write & Publish a Scientific Paper* (ediția a patra). Cambridge University Press (disponibil la: <http://landscape.geo.klte.hu/Kozos/geoinf/par.pdf>).
- Eco, Umberto. [1997] (2000). *Cum se face o teză de licență*. Constanța: Editura Pontica.
- Ferréol, Gilles și Flageul, Noël. [1994] (1998). *Metode și tehnici de exprimare scrisă și orală*. Iași: Editura Polirom.
- Gherghel, Nicolae. (1996). *Cum să scriem un articol științific*. București: Editura Științifică.



Hartley, James (2008). *Academic Writing and Publishing. A Practical Handbook*. Londra & New York: Routledge, pp. 21-127.

Serbănescu, Andra. [2000](2001). *Cum se scrie un text* (ediția a II-a). Iași: Editura Polirom.

#### 4.4. Modalitatea de verificare

Elaborarea unui capitol din lucrarea de absolvire sau a unui articol științific pe tema aleasă pentru disertație și încărcarea acestuia pe platformă.

#### 4.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
Seminare față în față	21.02.2025 ora 16:00 PRELEGERE/LINK <a href="https://snspa.webex.com/snspa/j.php?MTID=m16fe53c46254fe938abc2caddcb8dfec">https://snspa.webex.com/snspa/j.php?MTID=m16fe53c46254fe938abc2caddcb8dfec</a>					
Seminare online (pe platforma Webex)	31.03.2025 ora 17:30			31.03.2025 ora 19:00		
	14.04.2025 ora 17:30			14.04.2025 ora 19:00		
	28.04.2025 ora 17:30			28.04.2025 ora 19:00		
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare
	03.06.2025 Proiect online	11.06.2025 Proiect online	14.06.2025 Proiect online	03.06.2025 Proiect online	11.06.2025 Proiect online	14.06.2025 Proiect online



# REEXAMINĂRI ANUL II, SEMESTRUL I

Materie	Coordonator	Data
HR Metrics	Lavinia ȚÂNCULESCU-POPA	05.06.2025
Design Thinking	Alexandru MARIN	02.06.2025
Managementul talentului	Cătălina CICEI	02.06.2025
Drept și legislația muncii	Dragoș BREZEANU	14.06.2025
Ocuparea forței de muncă	Valeriu FRUNZARU	15.06.2025



**MASTERAT  
ÎN MANAGEMENT  
ȘI COMUNICARE  
ÎN AFACERI**



## Anul I Semestrul II

# DISCIPLINE

### 1. Marketing

Coordonatori de disciplină: lector univ. dr. Cătălina NICULESCU  
cadru didactic asociat  
asist. univ. dr. Victor Emanuel CIUCIUC

### 2. Managementul riscului și fezabilitatea afacerilor

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

### 3. Finanțarea afacerilor

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat conf. univ. dr. Laurențiu TREAPĂȚ

### 4. Metode de cercetare în științele comunicării

Coordonatori de disciplină: prof. univ. dr. Loredana IVAN  
conf. univ. dr. Valeriu FRUNZARU

<b>Coordonator de disciplină:</b>	lector univ. dr. Cătălina NICULESCU cadru didactic asociat asist. univ. dr. Victor Emanuel CIUCIUC
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	8

### 1.1. Cadrul general al cursului

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

#### Obiective specifice

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

### 1.2. 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

### 1.3. 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 măsoari 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.

#### 1.4. Modalitatea de verificare

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

Punctajul se acordă pentru prezența activă la seminariile online.

b) **Evaluarea finală:** 8 puncte.

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

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



## 1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	29.03.2025 ora 10:30 sala 313			
	24.05.2025 ora 10:30 sala 313			
Seminare online (pe platforma Webex)	16.04.2025 ora 17:30		16.04.2025 ora 19:00	
	30.04.2025 ora 17:30		30.04.2025 ora 19:00	
	07.05.2025 ora 17:30		07.05.2025 ora 19:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	06.06.2025 Proiect online	13.06.2025 Proiect online	06.06.2025 Proiect online	13.06.2025 Proiect online



<b>Coordonator de disciplină:</b>	cadru didactic asociat conf. univ. dr. Sergiu STAN
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	8

## 2.1. Cadrul general al cursului

Cunoașterea noțiunilor privind managementul riscului și fezabilitatea afacerilor sunt absolut obligatorii pentru o activitate de succes în afaceri și, mai ales, în cadrul structurilor organizatorice prin proiecte, respectiv a managementului prin proiecte. O activitate necorespunzătoare de management al riscului conduce la importante pierderi financiare, politice și chiar umane. Multitudinea și complexitatea instrumentelor dezvoltate de economia de piață permite acoperirea oricărui tip de risc.

Managementul riscului nu este o activitate ușoară și ieftină, acești doi parametri fiind la cote maxime. Activitatea de management a riscului s-a dezvoltat conceptual, teoretic și practic, devenind o puternică industrie. Orice structură organizatorică de performanță are un departament de risc, o strategie de risc și obligația de raporta operațiunile de acoperire a riscurilor pe care le desfășoară. Un mediu înconjurător cu un risc complex în creștere, având un grad înalt de imprevizibilitate, o piață a asigurărilor complexă cu interdependențe între diverse structuri organizatorice contribuie la dificultatea găsirii de soluții corecte de management al riscului, corespunzătoare cerințelor noastre de succes.

### **Obiective generale ale cursului:**

Realizarea unei baze de cunoștințe fundamentale în domeniul managementului riscului și fezabilității afacerilor, precum și dezvoltarea unei gândiri critice necesare procesului de decizie.

### **Obiective specifice ale cursului:**

Dezvoltarea competențelor necesare pentru înțelegerea avantajelor și riscurilor pătrunderii pe piața internațională și pentru elaborarea și implementarea strategiilor și modalităților de protejare față de riscurile posibile. Înțelegerea și folosirea mecanismelor prin care se poate crește competitivitatea firmei și realizarea avantajului competitiv, într-o piață concurențială.





## 2.2. Structura cursului

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

## 2.3. Bibliografie

- Andersen, T.J. (2006). *Perspectives on Strategic Risk Management*. Copenhaga: Copenhagen Business School Press.
- Băcescu, M., Hanc, E.S. (2003). *Macroeconomia riscului de țară*. București: Editura Economică.
- Currie, C. (2004). *Basel II and Operational Risk-an overview*, lucrare publicată în cartea *Operational Risk Modelling and Analysis, Theory and practice*. Londra: Risk Books.
- Erb, C.B., Harvey, C.R., Tadas, E.V. (1996). *Political Risk, Economic Risk and Financial Risk*, lucrare prezentată la Chicago Quantitative Alliance Conference, S.U.A.
- Helfert, E. (2006). *Tehnici de analiză financiară*. București: BMT Publishing House.
- Hitzig, B.N. (2001). *Inherent risk reconsidered*: CPA Journal, S.U.A.
- Hoope, J., Zalewski, A., Kyiosaki, R. (2007) *Covered calls and leaps*. SUA: John Wiley&Sons.
- Isaic, M., Ene, S., Tudose, G.G. (2004). *Evaluarea, fezabilitatea, planul de afaceri și riscurile activității economice*. București: Editura Independența economică.
- Knight, F. (2005). *Risk, Uncertainty and Profit*. New York: Cosimo Ink.
- Mihoc, G., Iosifescu, M., Theodorescu. R. (1966). *Teoria probabilităților și statistică matematică*. București: Editura Tehnică.
- Nițu, I. (2000). *Managementul riscului bancar*. București: Editura Expert.
- Thompson, J.L.(1997) *Strategic management*, 3rd, ed. Londra: International Thomson Business Press.
- Vlăsceanu, M.(1999). *Organizațiile și cultura organizării*. București: Editura Trei.

## 2.4. Modalitatea de verificare

### 1. Elaborarea unui proiect de verificare a fezabilității afacerii alese.

Obs! Echipa de proiect trebuie să aibă minim 3 membri – maxim 6 membri.

Acest tip de evaluare pe bază de prezentare a unui proiect de verificare a fezabilității afacerii alese are alocată maxim 80% din nota finală.

- 1.1 *Evaluarea intermediară a proiectului* – Prezentarea de către echipă a primelor 5 capitole ale proiectului de verificare a fezabilității unei afaceri alese. În cadrul acestui tip de evaluare intermediară, conducătorul echipei va posta pe platforma de e-learning referatul ce va conține completarea primelor 5 capitole ale proiectului de verificare a fezabilității unei afaceri alese. Evaluarea intermediară – reprezintă 40% din nota finală.

**Data limită pentru încărcarea lucrării va fi anunțată în cadrul seminariilor.**

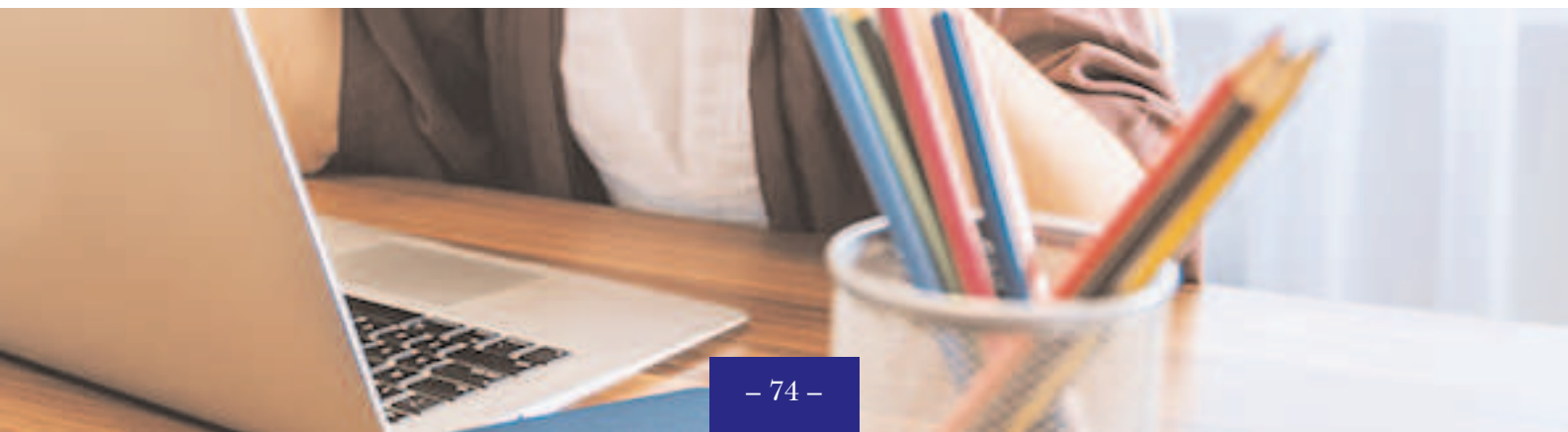
1.2 *Evaluarea finală a proiectului* – Prezentarea integrală a proiectului completat de către echipa de proiect (toate cele 10 capitole completate). Referatul echipei va fi postat pe platforma de e-learning de către conducătorul echipei în datele menționate mai jos.

Evaluarea finală a proiectului – reprezintă 40% din nota finală.

2. **Prezența activă la seminariile a studenților pe parcursul semestrului este cotate cu maxim 20% din nota finală.**

## 2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
<b>Seminare față în față</b>	22.03.2025 ora 10:00 sala 311			
	12.04.2025 ora 10:00 sala 311			
<b>Seminare online (pe platforma Webex)</b>	21.02.2025 ora 18:30		21.02.2025 ora 20:00	
	07.03.2025 ora 18:30		07.03.2025 ora 20:00	
	09.05.2025 ora 18:30		09.05.2025 ora 20:00	
<b>Examen</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>
	12.06.2025 Proiect online	18.06.2025 Proiect online	12.06.2025 Proiect online	18.06.2025 Proiect online



<b>Coordonator de disciplină:</b>	cadru didactic asociat conf. univ. dr. Laurențiu TREAPĂȚ
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	7

### 3.1. Cadrul general al cursului

În contextul actual, capitalul reprezintă principalul factor de producție, dezvoltarea afacerilor devenind practic imposibilă fără a lua în considerare piața financiară și resursele pe care aceasta le pune la dispoziția agenților economici.

Orice afacere, indiferent de gradul său de dezvoltare, implică un contact direct cu piața financiară, mai exact cu instituțiile care intermediază mobilizarea resurselor de capital și cu serviciile oferite de acestea. Înțelegerea modului de funcționare a sistemului financiar, a mecanismelor financiare specifice prin care capitalurile economisite sunt alocate pentru susținerea investițiilor, precum și a costurilor și riscurilor implicate devine esențială pentru dezvoltarea pe baze solide a unei afaceri. Sistemul financiar este la rândul său supus schimbărilor permanente, adaptându-se la noile cerințe ale agenților economici, oferind resursele financiare de care aceștia au nevoie în condiții de eficiență maximă în termeni de risc și cost.

#### **Obiective specifice ale cursului:**

Identificarea celor mai ieftine resurse financiare necesare dezvoltării unei afaceri și a celor mai adecvate mecanisme de finanțare constituie în prezent un avantaj competitiv pentru companiile angrenate într-un mediu de afaceri din ce în ce mai concurențial.

Cursul de Finanțarea afacerilor își propune să ofere o imagine de ansamblu asupra rolului pe care îl are sistemul financiar pentru dezvoltarea unei companii, a costurilor și riscurilor asociate procesului complex de finanțare și a mecanismelor specifice de finanțare.

Acest curs va încerca să ofere cele mai potrivite soluții pentru acest tip de probleme, cu referire particulară, atât prin text, cât și prin exemplele din caietul de aplicații, la realitatea românească și la diverse exemple de succes relevante.

### 3.2. Structura cursului

1. Curs 1: Asemănări între contabilitatea financiară și finanțele întreprinderii
2. Curs 2: Funcțiile finanțelor întreprinderii
3. Curs 3: Departamentul financiar
4. Curs 4: Decizia optimă de finanțare
5. Curs 5: Analiza structurii bilanțului, a fluxului de fonduri, contului de profit și pierdere și cash-flow-ului
6. Curs 6: Capitalul social
7. Curs 7: Riscul financiar
8. Curs 8: Evaluarea sintetică a riscului de faliment
9. Curs 9: Statul de plată

10. Curs 10: Costul mediu ponderat al capitalului
11. Curs 11: Criza economico-financiară în România și în lume
12. Curs 11: Criza economico-financiară în România și în lume (partea a 2-a)
13. Curs 12: Morala. Etica profesională. Deontologie.
14. Curs recapitulativ.

### 3.3. Structura seminarului

Unitatea de învățare 1-3: MEDIUL FINANCIAR AL COMPANIEI

1. De ce au nevoie companiile de finanțare?
2. Care sunt sursele de finanțare disponibile și cum pot fi ele accesate de operatorii economici?
3. Instrumentele pieței financiare și mecanismele specifice de mobilizare a resurselor de capital

Unitatea de învățare 4-6: COSTUL ȘI RISCURILE ASOCIATE FINANȚĂRII

4. Cât de costisitoare este finanțarea din diferite surse a afacerii mele?
5. Cât de riscantă este finanțarea pentru debitori și creditori?
6. Cum se întocmește un plan de finanțare?

Unitatea de învățare 7-9: TEHNICI SPECIFICE DE FINANȚARE A AFACERILOR

7. Tehnici de finanțare pe termen scurt
8. Tehnici de finanțare pe termen mediu și lung
9. Tehnici speciale de finanțare

### 3.3. Bibliografie

- Anghel, L.C., & Treapăt, L.M. (2016). *Microeconomia în microsinteză*. București: Editura Prouniversitaria.
- Angelescu C., Ciucur D., Dinu M., și colectivul (2013). *Economie*, București: Editura Economică.
- Anghel L.C., (2021). *Economia pe înțelesul tuturor*, București: Editura Tritonic.
- Dănilă N. et al. (2010). *Corporate banking. Produse și servicii bancare corporate*, București: Editura ASE.
- Dănilă N., Anghel L.C., & Sinca F.E., (2012). *Retail banking. Produse și servicii bancare retail*, București: Editura Economică.
- Morris C., (2010). *Criza economică și profeții ei W. Buffet, G. Soros, P. Volcker*, București: Editura Litera.
- Păun, C. (2021). *Conținutul seminarului de finanțarea afacerilor*, Editura ASE București. Suport de curs accesibil pe <https://moodle.comunicare.ro/mod/folder/view.php?id=699>.
- Treapăt, L.M. (2013). *Manual de studii de caz și bune practici bancare*, București: Editura Tritonic.
- Treapăt, L.M. (2020). *Finanțele întreprinderii în economia de piață. Noțiuni teoretice*. București: Editura Tritonic. ISBN 978-606-749-505-8.
- Treapăt, L.M. (2020). *Finanțele întreprinderii în economia de piață. Analize și soluții practice*. București: Editura Tritonic. ISBN 978-606-749-525-6.

Resurse academice suplimentare aici:

<https://www.tritonic.ro/autor-Laurentiu-Mihai%20Treapat.htm>.

Seminarele online care erau anii trecuți de tip chat pe Moodle se vor ține live pe Webex, iar cele care erau live pe Webex în weekend se vor ține față în față. Examenele finale vor fi doar online: de tip trimitere proiect/referat (pe platforma informatică), deci nu față în față.

Evaluarea pentru examen va consta în încărcarea de către fiecare student pe platforma de lucru a unei teme academice/eseu, care va fi notată. Tema poate fi realizată în format de editare .ppt sau Word, la alegerea studentului.

Tema academică va avea în vedere următoarele elemente de conținut, care se regăsesc în Fișa disciplinei:

1. Alegerea unui proiect de investiții (real sau fictiv) și descrierea lui sub toate aspectele care să ajute la înțelegerea contextului economic general și a modalităților de finanțare în special.
2. Estimarea valorii inițiale a obiectivului de investiții, descrierea surselor proprii, a celor atrase sau împrumutate cu toate detaliile necesare.
3. Stabilirea unei structuri de capital pentru finanțarea acestui proiect, încercând să folosiți cât mai multe sau chiar toate sursele de finanțare posibile, așa cum sunt ele descrise în suportul de curs care vi s-a pus la dispoziție.
4. Alegerea unor oferte de finanțare (credite, obligațiuni, acțiuni), precizând pentru fiecare în parte avantajele și dezavantajele, costurile și riscurile specifice. La acest punct este obligatoriu să se realizeze o analiză comparativă detaliată a ofertelor de finanțare, subliniind foarte clar plusurile și minusurile fiecăreia în parte. Această analiză comparativă se poate face prin estimarea riscurilor și a costului capitalului aferent fiecărei surse de finanțare la care s-a apelat. De asemenea, se va realiza estimarea costului mediu ponderat al capitalului pe planul de finanțare propus.

Realizarea cu succes a acestei prime faze a proiectului va asigura nota de trecere și se bazează în principal pe cunoștințele din curs și pe cele din Unitatea 1-3 de învățare (cap. 1-3) de la seminar. Această primă parte a temei academice este de așteptat să fie realizată de fiecare student în săptămânile de tutoriat on-line, pentru a putea beneficia de suportul cadrului didactic.

Pentru note mai mari, tema academică va conține și următoarele elemente:

5. Veniturile generate de proiect (cantitatea vândută, prețul la care se va vinde, modalități și termene de încasare, eventuale credite comerciale, instrumente de decontare etc.);
6. Cheltuielile generate de proiect (cheltuieli cu salariile, materiile prime, servicii executate de terți etc.). Punctele 5 și 6 se vor concretiza în documentul Buget de venituri și cheltuieli (BVC).
7. Proiecția de cont de profit și pierdere și proiecția de flux de numerar;
8. Evaluarea proiectului de investiție pe baza indicatorilor specifici (VAN, RIR, Termen de recuperare al investiției, Indice de profitabilitate).

Rezolvarea proiectului se va baza pe date financiare de la o companie la care studenții pot avea acces direct sau on-line, de exemplu de pe site-ul BVB (<http://bvb.ro/ForCompanies/WhyBvb/FinancingInstruments>), al Ministerului Finanțelor Publice etc. sau datele și informațiile financiare pot fi fictive, adică pot fi imaginate de student, importante fiind corelațiile și concluziile.

Pentru evaluarea temelor academice și obținerea notelor la examen, acestea se încarcă pe platformă în dreptul numelui fiecărui student, fie la șansa 1 sau cel mai târziu la șansa a 2-a, strict în intervalul prevăzut de aplicația informatică.

### 3.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	05.04.2025 ora 9:00 sala 420			
	17.05.2025 ora 9:00 sala 420			
Seminare online (pe platforma Webex)	13.03.2025 ora 18:30		13.03.2025 ora 20:00	
	20.03.2025 ora 18:30		20.03.2025 ora 20:00	
	27.03.2025 ora 18:30		27.03.2025 ora 20:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	05.06.2025 Proiect online	16.06.2025 Proiect online	05.06.2025 Proiect online	16.06.2025 Proiect online



<b>Coordonatori de disciplină:</b>	prof. univ. dr. Loredana IVAN conf. univ. dr. Valeriu FRUNZARU
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	7

## 4.1. Cadrul general al cursului

Cursul își propune familiarizarea studenților cu principalele metode și tehnici folosite în cercetarea din diferite arii ale comunicării și deprinderea studenților să folosească datele cercetării științifice pentru elaborarea strategiilor de comunicare și rezolvarea unor probleme specifice. Relația interactivă, prezentarea unor exemple concrete, practice, evaluarea cunoștințelor dobândite necesare cercetării de teren fac din *Metode de cercetare în comunicare* un curs aplicat, util tuturor celor care lucrează în domeniul comunicării. Structura cursului urmărește, printre altele, realizarea unei cercetări de teren pe bază de chestionar, având în vedere atât construirea instrumentului de cercetare, cât și selectarea eșantionului. De asemenea, vom aborda tehnica interviului, cu precădere a celui semi-structurat, respectiv a celui de grup. Metoda observației va fi prezentată atât în varianta calitativă cât și cantitativă pe baza unui ghid structurat de observație. Analiza de conținut este una dintre metodele cele mai folosite în domeniul comunicării. În acest curs vom insista cu precădere asupra analizei cantitative, subliniind rigoarea, măsurarea sistematică și obiectivă a conținutului comunicării.

După parcurgerea acestui curs, studenții vor avea cunoștințele și deprinderile necesare pentru construirea unui instrument de cercetare, administrarea lui, analiza datelor și prezentarea lor într-un raport de cercetare sau studiu științific. Studenții vor fi capabili să distingă între metodele cantitative și cele calitative de cercetare și să cunoască specificul fiecărei tehnici predate. În planul gândirii științifice, acest curs urmărește depășirea abordărilor bazate pe cunoașterea la nivelul simțului comun și raportarea la realitatea socială, plecând de la exigențele și rigoarea metodelor de cercetare predate.

## 4.2. Structura cursului

### 1. Chestionarul

Specificul anchetei și sondajului de opinie

Ce trebuie știm pentru a construi un bun chestionar?

### 2. Eșantionarea

Populația investigată și eșantionarea. De ce realizăm cercetări pe bază de eșantion

Eșantionarea neprobabilistă

Eșantionarea probabilistă

### 3. Focus grupul

În ce constă specificul metodelor calitative?

Particularitățile interviului ca metodă de cercetare calitativă

Tipuri de interviu, după gradul de structurare  
Anchetă pe bază de chestionar *versus* anchetă pe bază de interviu  
Tehnici interogative specifice interviului semistrukturat și în profunzime  
Ce sunt focus grupurile?  
Câte persoane participă la un focus-grup?  
Care sunt caracteristicile moderatorului?  
Cum trebuie să organizăm o sală pentru desfășurarea focus-grupului?  
Focus grupul – o tehnică cu istorie recentă în cercetare de piață  
Avantajele și limitele tehnicii focus-grupului  
Când este oportună utilizarea tehnicii focus grupului?  
Câte focus grupuri sunt necesare?  
Construcția grilei de focus-grup

#### 4. Observația

Când folosim metoda observației?  
Observația ne ajută să investigăm comportamentul real al subiectului  
Rolul observatorului  
Specificul metodei observației  
Limitele metodei observației  
Abordare calitativă sau cantitativă în aplicarea metodei observației?  
Avantajele și limitele observației?  
Tipuri de observație

#### 5. Analiza de conținut

Analiza de conținut – o metode de cercetare cantitativă și calitativă  
Analiza de conținut – scurt istoric  
Schema de categorii  
Unitatea de înregistrare și unitatea de context  
Fidelitatea și validitatea  
Folosirea computerului în analiza de conținut  
Considerații finale

### 4.3. Bibliografie

- Babbie, Earl. (2010). *Practica cercetării sociale*. Iași: Editura Polirom.
- Chelcea, Septimiu. (2004). *Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative*. București: Editura Economică.
- Diaconu-Gherasim, L.R., Măirean, C. și Curelaru, M. (coord.) (2022). *Metode cantitative de cercetare. Desingnuri și aplicații în științele sociale*. Iași: Editura Polirom.
- Krueger, Richard A., Casey, Mary Anne [2000] (2005). *Metoda focus grup. Ghid practic pentru cercetarea aplicată*. Iași: Editura Polirom.

### 4.4. Modalitatea de verificare

Nota finală va fi obținută pe baza evaluării unui proiect de cercetare (30%) și a notei obținute la examen (70%), care va consta într-un test grilă.



## 4.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
<b>Seminare față în față</b>	02.03.2025 ora 10:00 sala 509			
	09.03.2025 ora 10:00 sala 509			
<b>Seminare online (pe platforma Webex)</b>	06.03.2025 ora 17:00		06.03.2025 ora 18:30	
	03.04.2025 ora 17:00		03.04.2025 ora 18:30	
	08.05.2025 ora 17:00		08.05.2025 ora 18:30	
<b>Examen</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>
	02.06.2025 ora 18:00 Test grilă. Examen online	15.06.2025 ora 10:00 Test grilă. Examen online	02.06.2025 ora 18:00 Test grilă. Examen online	15.06.2025 ora 10:00 Test grilă. Examen online





# Anul II

# Semestrul IV

## DISCIPLINE

1. **Antreprenoriat**

Coordonator de disciplină: conf. univ. dr. Cristina LEOVARIDIS  
cadru didactic asociat drd. Lavinia IANCU

2. **Responsabilitatea socială corporativă**

Coordonator de disciplină: prof. univ. dr. Dumitru BORTUN

3. **Practică**

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat drd. Ana-Maria RUIU

4. **Metode și tehnici de elaborare a lucrării de absolvire**

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat drd. Ana-Maria RUIU

<b>Coordonator de disciplină:</b>	conf. univ. dr. Cristina LEOVARIDIS cadru didactic asociat drd. Lavinia IANCU
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	7

### 1.1. Cadrul general al cursului

Discutarea antreprenoriatului este un demers esențial nu numai pentru dimensiunea teoretică, prin care se încearcă analiza acțiunii antreprenoriale în contextul sistemului economic de piață și a implicațiilor acestuia asupra diverselor aspecte ale performanței economice și dezvoltării sociale, dar și pentru dimensiunea sa practică, respectiv a clarificării pentru antreprenori a coordonatelor și constrângerilor obiective cu care se confruntă în implementarea proiectelor de afaceri pe care le elaborează. De asemenea, antreprenoriatul va fi pus în legătură cu inovarea, care reprezintă o componentă esențială a acestuia, și va fi abordat inclusiv din punct de vedere statistic, urmărindu-se crearea unei imagini de ansamblu asupra situației actuale a antreprenoriatului și a inovării în țara noastră, în context european.

În actualul peisaj economic global al hipercon competiției și avansului tehnologic, conștientizarea acestui cadru al acțiunii antreprenoriale, precum și oferirea unor instrumente concrete de calcul economic reprezintă propunerile esențiale ale acestui curs, care dorește o îmbinare armonioasă a dimensiunii teoretice cu cea practică.

### 1.2. Structura cursului

Unitatea de învățare 1. Definirea și rolul socio-economic al antreprenoriatului

Unitatea de învățare 2. Rezultate ale unor studii realizate în UE și pe plan național referitoare la antreprenoriat

Unitatea de învățare 3. Antreprenoriatul feminin în România

Unitatea de învățare 4. Start up-uri create de tineri. Inițiative antreprenoriale ale tinerilor pe plan național și european

Unitatea de învățare 5. Antreprenoriat în industrii creative în România

Unitatea de învățare 6. Profilul antreprenorului de întreprinderi mici și mijlocii

Unitatea de învățare 7. Inovarea ca element cheie al antreprenoriatului. Tipuri de inovare

Unitatea de învățare 8. Inovarea în sectorul serviciilor

Unitatea de învățare 9. O imagine statistică privind inovarea în țările europene și în organizațiile românești

Unitatea de învățare 10. Incubatoare de afaceri, parcuri științifice și tehnologice

#### Teme de seminar

1. Antreprenoriatul și antreprenorul. Antreprenoriatul, firma și produsele. Tendințe în antreprenoriat

2. Cercetarea pieței. Managementul stakeholder-ilor. Design thinking

3. Bugetul afacerii. Atragerea surselor de finanțare. Pitching. Studii de caz

### 1.3. Bibliografie

Indicațiile bibliografice sunt grupate la sfârșitul cursului. Bibliografia oferită este orientativă. Pot fi consultate și alte lucrări (cărți, articole științifice, rapoarte oficiale cu date statistice etc.) cu referire la domeniul antreprenoriatului și inovării.

### 1.4. Modalitatea de verificare

#### Probe de evaluare și ponderea lor

– Nota de la seminar reprezintă 50% din nota finală, iar nota de la examen 50% din nota finală. Pentru a putea intra în examen, nota la seminar trebuie să fie minim 5.

#### Observații

- Nota de la seminar va fi obținută pe baza realizării unui plan de afaceri, în echipă de 2 persoane, a cărui realizare va fi asistată pe parcursul seminariilor online.
- Nota de la examen va fi obținută pe baza realizării unui proiect aplicativ (raport de cercetare pe bază de cercetare sociologică), în echipă de 2 persoane, pe o temă din aria antreprenoriatului. Poate fi abordată orice temă conexă cu oricare dintre subiectele prezentate în curs.

Structura proiectului pentru examen va fi discutată la întâlnirile față în față și va fi afișată pe pagina disciplinei de pe Google Classroom.

Dimensiune: 10-11 pagini (neincluzând Bibliografia și Anexele), Times New Roman 12, la 1,5 rânduri.

### 1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
<b>Seminare față în față</b>	30.03.2025 ora 09:00 sala 317					
	13.04.2025 ora 09:00 sala 317					
<b>Seminare online (pe platforma Webex)</b>	02.04.2025 ora 18:30			02.04.2025 ora 20:00		
	16.04.2025 ora 17:30			16.04.2025 ora 19:00		
	30.04.2025 ora 18:00			30.04.2025 ora 19:30		
<b>Examen</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Reexaminare</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Reexaminare</b>
	06.06.2025 Proiect online	13.06.2025 Proiect online	17.06.2025 Proiect online	06.06.2025 Proiect online	13.06.2025 Proiect online	17.06.2025 Proiect online

**Coordonator de disciplină:** prof. univ. dr. Dumitru BORTUN

**Statut:** obligatorie

**Număr de credite:** 8

### 2.1. Cadrul general al cursului

**Obiective generale ale cursului:**

- cunoașterea și înțelegerea conceptelor fundamentale din domeniu (principiile responsabilității sociale corporative – RSC – și principalele funcții și operaționalizări).

**Obiective specifice ale cursului:**

- cunoașterea teoriilor specifice responsabilității sociale corporative – RSC;
- cunoașterea instrumentelor de RSC.

### 2.2. Structura cursului

1. Secolul XXI – un secol al responsabilității sociale
2. Responsabilitatea socială corporativă: repere istorice
3. Responsabilitatea socială corporativă: repere teoretice
4. Evoluția conceptului de responsabilitate socială corporativă (RSC)
5. Relația RSC – relații publice; relația RSC – dezvoltare durabilă; relația RSC – marketing
6. Coordonate juridice și etice ale responsabilității sociale corporative
7. Cercetarea științifică a responsabilității sociale corporative în România

**Structura seminarului online (*menționarea temelor abordate la fiecare seminar*)**

- Criza societății capitaliste contemporane. Capitalismul etic – o strategie de ieșire din criză sau un nou model de societate?
- Responsabilitatea ca valoare etică și socială; binele comun ca reper etic. Responsabilitatea socială corporativă – o modă, o strategie de marketing sau o nouă filosofie de business?
- Responsabilitatea socială a corporațiilor: repere teoretice; date ale cercetării științifice cu privire la responsabilitatea socială a corporațiilor în România.

### 2.3. Bibliografie

- Baudrillard, Jean, *Societatea de consum. Mituri și structuri*, Editura comunicare.ro, 2005.
- Bernays, Edward, *Cristalizarea opiniei publice*, București, Editura Comunicare.ro, 2003.
- Bornstein, David, *How to change the world, Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*, Oxford University Press, New York, 2004.
- Bortun, Dumitru, *Responsabilitatea socială corporativă: de la relații publice la dezvoltare durabilă* (coord.), București, Tritonic, 2012
- Bortun, Dumitru, *Relațiile Publice și noua societate*, București, Editura Tritonic, 2012.

- Carroll, Archie B., A three-dimensional conceptual model of corporate social performance, *Academy of Management Review*, 1979.
- Carroll, Archie B., Buchholtz A. K., *Business and Society. Ethics and stakeholder management*, 4th edition, Business Horizons, 2005
- Carroll, Archie B., Buchholtz, K. Ann, *Business & Society, Ethics and Stakeholder Management*, Sixth Edition South-Western, part of the Thomson Corporation, United States of America, 2006.
- Chelcea, Septimiu, *Inițiere în cercetarea sociologică*, București, Editura Comunicare.ro, 2004.
- Chiciudean Ion, Țoneș Valeriu, *Gestionarea crizelor de imagine*, Editura Comunicare.ro, București, 2006-2007
- Clarkson, M., A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance, *The Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 1 (Jan., 1995), pp. 92-117.
- Crane, Andrew, Matten, Dirk, *Business Ethics. Managing Corporate Citizenship and sustainability in the age of globalization*, Second edition, Oxford University Press, 2007.
- Crișan, Camelia, *Corporațiile și societatea. Responsabilitatea socială corporativă între act voluntar și obligație*, Tritonic, București, 2013
- Dârdală, M., Reveiu, A., Sondaje de opinie asistate de calculator, *Revista Română de Statistică*, nr. 2, ISSN 1018-046X, București, 2002, pag 85-95.
- Doppelt, Bob, *Leading change toward sustainability, A Change-Management Guide for Business, Government and Civil Society*, UK, Greenleaf Publishing Limited, 2003.
- Fort, L.Timothy, *Business, Integrity, and Peace, Beyond Geopolitical and Disciplinary Boundaries*, George Washington University Business School, Cambridge University Press, New York, 2007.

#### 2.4. Modalitatea de verificare

Evaluarea finală, de tip Es, are loc pe baza cumulării mai multor calificative:

- nota obținută la un examen scris de tip test-grilă, care testează cunoașterea și înțelegerea noțiunilor teoretice predate, capacitatea de *explicare și interpretare* a unor fenomene prin aplicarea noțiunilor teoretice la diferite situații problematice. Scopul final este de a testa gradul în care cunoștințele au devenit pentru student „instrumente de uz personal”.
- nota obținută la seminar, care este media aritmetică a altor două note:
  - a) nota obținută în urma intervențiilor din cadrul seminarului;
  - b) nota obținută în urma redactării unui eseu în care masterandul aplică noțiunile teoretice la diferite situații luate din activitatea de RSC a unei organizații, din viața socială (politică, economică sau culturală).



## 2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
Seminare față în față	02.03.2025 ora 09:00 sala 313					
	23.03.2025 ora 09:00 sala 313					
Seminare online (pe platforma Webex)	10.03.2025 ora 18:00			10.03.2025 ora 19:30		
	17.03.2025 ora 18:00			17.03.2025 ora 19:30		
	24.03.2025 ora 18:00			24.03.2025 ora 19:30		
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare
	04.06.2025 Test grilă – Examen online	12.06.2025 Test grilă – Examen online	16.06.2025 Test grilă – Examen online	04.06.2025 Test grilă – Examen online	12.06.2025 Test grilă – Examen online	16.06.2025 Test grilă – Examen online



<b>Coordonatori de disciplină:</b>	cadru didactic asociat drd. Ana-Maria RUIU
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	8

### 3.1. Cadrul general al cursului

Practica reprezintă o disciplină aplicativă cuprinsă în planul de învățământ al semestrului IV. Stagiul de practică se efectuează timp de două săptămâni. Practica se poate desfășura la locul de muncă (pentru masteranzii angajați) sau în oricare organizație care are legătură cu comunicarea, relațiile publice, respectiv resursele umane.

### 3.2. Modalitatea de verificare

Toți masteranzii, indiferent de locul în care efectuează practica, trebuie să prezinte dosarul de practică cu următorul conținut:

- a. adeverința care atestă efectuarea practicii;
- b. un raport de practică (5-10 pagini), care să cuprindă:
  - descrierea organizației;
  - perioada de desfășurare a stagiului de practică;
  - departamentul în care a fost efectuat stagiul de practică;
  - persoanele de contact;
  - obiectivele asumate pentru stagiul de practică;
  - activitățile la care masterandul a participat în perioada stagiului de practică (cu descrierea detaliată a acestora);
  - observații și concluzii.
- c. aprecierea șefului departamentului în care a fost desfășurată practica.

#### CRITERIILE DE EVALUARE (DE OBȚINERE A NOTEI)

- complexitatea activității desfășurate;
- capacitatea de a analiza și prezenta activitățile desfășurate;
- capacitatea de a comenta și oferi soluții pentru problemele identificate;
- însușirea corectă a noțiunilor învățate;
- creativitatea și originalitatea în materialele realizate.

Încheierea situației școlare este condiționată de prezentarea dosarului de practică.



## Programarea examenelor

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare
<b>Examen</b>	02.06.2025 Proiect online	14.06.2025 Proiect online	19.06.2025 Proiect online	02.06.2025 Proiect online	14.06.2025 Proiect online	19.06.2025 Proiect online



**Coordonator de disciplină:** cadru didactic asociat drd. Ana-Maria RUIU

**Statut:** obligatorie

**Număr de credite:** 7

## 4.1. Cadrul general al cursului

Cursul își propune să îi familiarizeze pe studenți cu standardele elaborării lucrărilor științifice (monografii, articole pentru revistele de specialitate, lucrări de licență, disertații, teze de doctorat), cu accent pe elaborarea lucrării de absolvire a studiilor universitare de masterat. Studenții trebuie să își însușească normele de redactare a lucrărilor științifice, să cunoască și să respecte etica cercetării științifice, în general, și cerințele deontologice ale elaborării disertațiilor, în special. Pentru examen, studenții au obligația de a prezenta, în scris, unul dintre capitolele disertației sau de a elabora, plecând de la tema aleasă pentru lucrarea de absolvire, un articol științific.

## 4.2. Structura cursului

1. Etica în cercetare
2. Stilul de redactare al lucrărilor științifice
3. Structurarea unei lucrări științifice și tipurile de cercetare
4. Etapele realizării unei cercetări științifice
5. Analiza și prezentarea datelor de cercetare științifică
6. Surse academice și sisteme de citare
7. Capcanele plagiatului și evitarea lor
8. Susținerea unei lucrări științifice în fața unei comisii de specialitate

## 4.3. Bibliografie

- American Psychological Association. (2020). Publication manual of the American Psychological Association (7th ed.). <https://doi.org/10.1037/000016S-000>
- Babbie, Earl (2010). *Practica cercetării sociale*. București: Polirom.
- Bailey, Stephen (2006). *Academic Writing. Handbook for International Students* (ediția a 2-a). Londra: Routledge (disponibil la: [https://www1.doshisha.ac.jp/ji-iiie/Bailey.Academic\\_Writing.pdf](https://www1.doshisha.ac.jp/ji-iiie/Bailey.Academic_Writing.pdf)).
- Birkenstein, Cathy, Graff, Gerald (2015). *Ei Spun/Eu Spun. Manual Pentru Scrierea Academică*. București: Paralela 45.
- Chelcea, Septimiu (2011). *Manual de redactare în științele socioumane*. București: Editura Comunicare.ro.
- Day, Robert A. (1995), *How to Write & Publish a Scientific Paper* (ediția a patra). Cambridge University Press (disponibil la: <http://landscape.geo.klte.hu/Kozos/geoinf/par.pdf>).

- Eco, Umberto. [1997] (2000). *Cum se face o teză de licență*. Constanța: Editura Pontica.
- Ferréol, Gilles și Flageul, Noël. [1994] (1998). *Metode și tehnici de exprimare scrisă și orală*. Iași: Editura Polirom.
- Gherghel, Nicolae. (1996). *Cum să scriem un articol științific*. București: Editura Științifică.
- Hartley, James (2008). *Academic Writing and Publishing. A Practical Handbook*. Londra & New York: Routledge, pp. 21-127.
- Șerbănescu, Andra. [2000] (2001). *Cum se scrie un text* (ediția a II-a). Iași: Editura Polirom.

#### 4.4. Modalitatea de verificare

Elaborarea unui capitol din lucrarea de absolvire sau a unui articol științific pe tema aleasă pentru disertație. Capitolul trebuie să respecte condițiile de redactare a lucrării de absolvire, să conțină citare corectă și bibliografie.

#### 4.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
<b>Seminare față în față</b>	21.02.2025 ora 16:00 PRELEGERE/LINK <a href="https://snspa.webex.com/snspa/j.php?MTID=m16fe53c46254fe938abc2caddcb8dfec">https://snspa.webex.com/snspa/j.php?MTID=m16fe53c46254fe938abc2caddcb8dfec</a>					
<b>Seminare online (pe platforma Webex)</b>	04.04.2025 ora 17:30			04.04.2025 ora 19:00		
	11.04.2025 ora 18:00			11.04.2025 ora 19:30		
	09.05.2025 ora 18:00			09.05.2025 ora 19:30		
<b>Examen</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Reexaminare</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Reexaminare</b>
	03.06.2025 Proiect online	11.06.2025 Proiect online	18.06.2025 Proiect online	03.06.2025 Proiect online	11.06.2025 Proiect online	18.06.2025 Proiect online

# REEXAMINĂRI ANUL II, SEMESTRUL I

Materie	Coordonator	Data
Brand de angajator	Rareș Mocanu	10.06.2025
Managementul organizațiilor	Cătălina CICEI	03.06.2025
Lobby	Irina MARSH	13.06.2025
Managementul schimbării	Sergiu STAN	15.06.2025
Tehnici de promovare în afaceri	Raluca PREDOI	20.06.2025



# MASTERAT ÎN MANAGEMENTUL PROIECTELOR



# Anul I Semestrul II

## DISCIPLINE

**1. Managementul proiectelor II**

Coordonator de disciplină:

lector univ. dr. Mirela PÎRVAN

cadru didactic asociat drd. Marina ENACHE

**2. Management strategic**

Coordonator de disciplină:

cadru didactic asociat dr. Cristina RACOCEANU

**3. Abilități de prezentare pentru manageri de proiect**

Coordonator de disciplină:

cadru didactic asociat dr. Georgiana CRISTEA

**4. Metode de cercetare în științele comunicării**

Coordonatori de disciplină:

prof. univ. dr. Loredana IVAN

conf. univ. dr. Valeriu FRUNZARU



<b>Coordonator de disciplină:</b>	lector univ. dr. Mirela PÎRVAN cadru didactic asociat drd. Marina ENACHE
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	8

### 1.1. Cadrul general al cursului

#### *Obiectiv general*

Pentru semestrul al II-lea, cursul se concentrează parțial pe faza de planificare a proiectelor și, în special, pe fazele de execuție, monitorizare, control și încheiere. Scopul principal este de a pune la dispoziția studenților instrumente care permit o coordonare eficientă a implementării planurilor de proiect, odată cu însușirea unor tehnici viabile de măsurare a progresului. În acest context, se pune un mare accent pe înțelegerea și aplicarea metodei valorii dobândite (Earned Value Method) în vederea semnalării și remedierii în timp util a decalajelor de timp și de costuri. De asemenea, este acordată o atenție deosebită fazei de încheiere a proiectului prin sublinierea aspectelor legate de „dizolvarea” echipei de proiect, de „celebrare” a rezultatelor și de promovare a beneficiilor proiectului.

#### *Obiective specifice*

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

Prin participarea la cursurile din semestrul al II-lea studenții vor dobândi următoarele cunoștințe și abilități specifice:

1. să înțeleagă rolul proiectelor în planificarea organizațională;
2. să conștientizeze importanța comunicării în proiecte și să realizeze în mod corect un plan de comunicare;
3. să coordoneze fazele de execuție, monitorizare, control și încheiere din ciclul de viață al unui proiect;
4. să elaboreze în mod corect următoarele documente de proiect:
  - planul de management al riscurilor (identificare, prioritizare și plan de măsuri),
  - analiza cantitativă și calitativă a riscurilor,
  - planificarea răspunsului la risc,
  - planul achizițiilor
  - matricea responsabilităților
5. să aplice instrumente de monitorizare tehnică și financiară (Earned Value Method – metoda valorii dobândite);
6. să raporteze în mod coerent performanțele și progresul;
7. să utilizeze metode de control a riscurilor;
8. să utilizeze metodele potrivite de motivare a echipei de proiect;
9. să comunice în mod eficient cu toate părțile implicate în sau afectare de un proiect;
10. să utilizeze metode de încheiere administrativă a proiectelor.

**Tematica*****Grupul de procese de planificare:***

- Planificarea comunicării (determinarea cerințelor de informare și comunicare a stakeholderilor, cine ce informație trebuie să primească, când și sub ce formă)
- Planificarea managementului riscurilor (determinarea modului de abordare și planificarea activităților pentru managementul riscurilor în proiect)
- Identificarea riscurilor (identificarea riscurilor care ar putea afecta proiectul și documentarea caracteristicilor lor)
- Analiza calitativă a riscurilor (realizarea unei analize calitative a riscurilor și condițiilor acestora de manifestare în vederea prioritizării acestora în funcție de implicațiile lor asupra obiectivelor proiectului)
- Analiza cantitativă a riscurilor (măsurarea probabilității și a impactului riscurilor identificate asupra proiectului și estimarea implicațiilor lor asupra obiectivelor proiectului)
- Planificarea răspunsului la risc (dezvoltarea de proceduri și tehnici de exploatare a oportunităților și de reducere a amenințărilor asupra obiectivelor proiectului)
- Planificarea achiziției (determinarea obiectului achizițiilor și momentul achiziționării)
- Planificarea solicitării (documentarea cerințelor produsului și identificarea potențialelor surse de achiziție)

***Grupul de procese de execuție:***

- Execuția Planului de Proiect (urmărirea planului de proiect prin realizarea activităților incluse în acesta)
- Asigurarea calității (evaluarea performanțelor la nivelul proiectului în vederea asigurării respectării standardelor de calitate relevante)
- Formarea echipei (dezvoltarea competențelor individuale și de grup pentru a crește performanțele proiectului)
- Diseminarea informației (punerea informațiilor necesare la dispoziția stakeholderilor la momentele de timp stabilite)
- Solicitarea (obținerea cotațiilor, ofertelor, propunerilor)
- Selecția sursei (alegerea sursei dintre potențialii ofertanți)
- Administrarea contractelor (urmărirea relațiilor cu vânzatorul)

***Grupul de procese de control:***

- Controlul integrat al schimbărilor (coordonarea schimbărilor pe parcursul întregului proiect)
- Verificarea ariei de cuprindere (acceptarea formală a ariei de cuprindere a proiectului)
- Controlul schimbării ariei de cuprindere (controlul schimbărilor asupra ariei de cuprindere a proiectului)
- Controlul planificării în timp (controlul schimbărilor asupra planificării în timp a proiectului)
- Controlul costurilor (controlul schimbărilor asupra bugetului proiectului)
- Controlul de calitate (monitorizarea rezultatelor specifice ale proiectului pentru a se determina conformitatea lor cu standardele de calitate relevante pentru proiect și identificarea căilor de eliminare a cauzelor care pot afecta performanțele cerute)



- Raportarea performanțelor (colectarea și diseminarea informațiilor referitoare la performanțele proiectului)
- Monitorizarea și controlul riscului (monitorizarea riscurilor reziduale, identificarea de noi riscuri, executarea planurilor de reducere a riscurilor, precum și evaluarea rezultatelor acestora asupra întregului ciclu de viață al proiectului)

**Grupul de procese de încheiere:**

- Încheiere administrativă (generare, obținerea și diseminarea informațiilor necesare pentru finalizarea formală a proiectului sau a unei faze din proiect)
- Încheiere contract (achitarea facturilor și finalizarea contractelor, inclusiv închiderea oricăror probleme deschise).

### 1.3. Bibliografie

- Bonghez, S. (2007). "Comparison between PMBoK Guide 2004 and ICB – IPMA Competence Baseline 2006", în Business Excellence (Lucrările conferinței internaționale Business Excellence), București, Editura ASE.
- Flyvbjerg, B. (2021). Top ten behavioral biases in project management: An overview. *Project Management Journal*, 52(6), 531-546. <https://doi.org/10.1177/87569728211049046>.
- Gareis, R. (2005). Happy Projects, Viena, MANZ Verlag.
- Gareis, R (2007). Happy Projects, București, ASE.
- Ika, L. A., & Pinto, J. K. (2022). The "re-meaning" of Project Success: Updating and recalibrating for a modern project management. *International Journal of Project Management*, 40(7), 835-848. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2022.08.001>.
- Kent, S. (2006). Project Managers in Demand. PM Network, 2006, august, Vol. 20, No. 8, pp. 10-12.
- Kerzner, H. (2006). Project Management. A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling (ninth edition), New Jersey, John Wiley & Sons.
- Kerzner, H. (2006). Using the Project Management Maturity Model: Strategic Planning for Project Management, New Jersey, John Wiley & Sons.
- Kerzner, H. (2007). Project Management Case Studies, New Jersey, John Wiley & Sons.
- Kerzner, H. (2023). *Project Management Metrics, Kpis, and dashboards a guide to measuring and Monitoring Project Performance*. Wiley.
- Levine, Harvey A. (2004). Project Portfolio Management: A Practical Guide to Selecting Projects, Managing Portfolios, and Maximizing Benefits, Jossey-Bass Business & Management, Londra.
- McCollum, J (2005). Management de proiect – o abordare practica, Editura Universitară, București.
- Turner, R. (2005) People in Project Management, Cambridge University Press, Londra.
- Wong, Z. (2006). Human Factors in Project Management: Concepts, Tools, and Techniques for Inspiring Teamwork and Motivation, Jossey-Bass Business & Management, Londra;
- Zwerman, B.L., Thomas, J., Haydt, S., Williams, T.A (2004). Professionalization of Project Management. Exploring the Past to Map the Future, Newton Square, Pennsylvania, Project Management Institute Inc.

\*\*\* 2008, A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK), 4th edition. Project Management Institute.

\*\*\* 2006, Government Extension to the PMBOK Guide Third Edition. Project Management Institute.

#### 1.4. Modalitatea de verificare

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

##### 1. Evaluare intermediară – 50%

Studentii vor realiza și vor posta pe platforma de e-learning, pe parcursul semestrului, o temă intermediară. Instrucțiunile privind realizarea acestor teme vor fi postate pe platforma de e-learning în timp util.

##### 2. Realizare dosar proiect – 50%

Studentii vor aplica tehnicile și instrumentele învățate la curs pe un proiect concret. Instrucțiunile pentru realizarea proiectelor în echipe vor fi puse la dispoziția studenților în primul curs. Echipele de studenți vor continua lucrul la proiectele inițiate în semestrul I. În cazul în care există modificări cu privire la componența echipelor și/sau a temelor de proiect, studenții sunt rugați să trimită un email la adresa mirela.pirvan@comunicare.ro în care să menționeze modificările survenite și cauzele acestora.

Temele finalizate vor fi postate de studenți pe platforma de e-learning, la termenele stabilite.

##### Participare la sesiunile de seminar

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

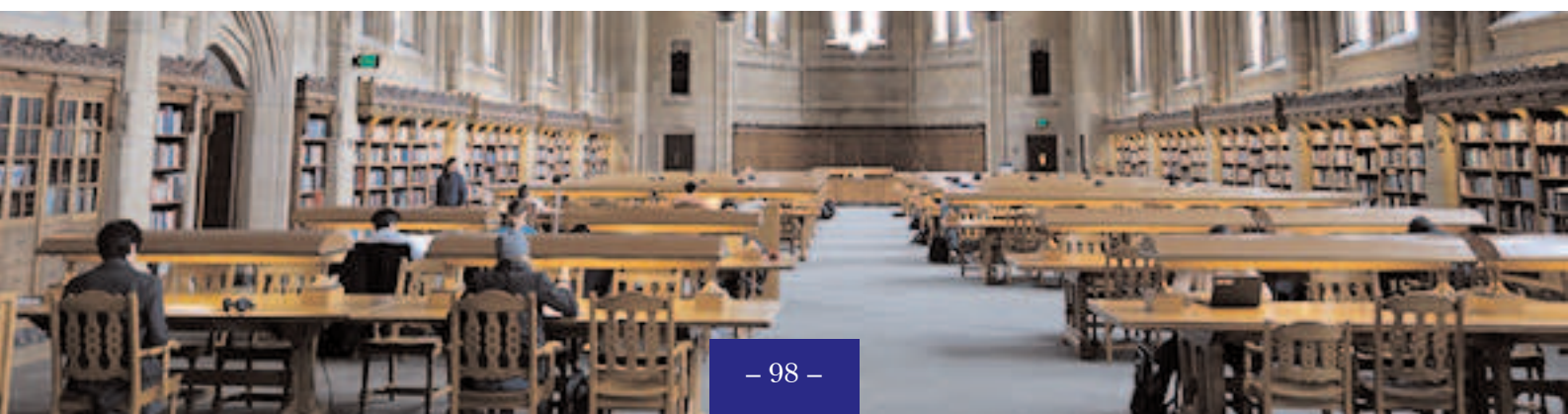
De asemenea, vor fi punctate contribuțiile constând în articole de interes din domeniu, link-uri utile către site-uri de management de proiect, template-uri utile și utilizabile de către managerii de proiect, documente interesante legate de domeniu sau participarea activă la evenimentele dedicate managementului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

Pentru participarea la sesiunile online, studenții vor trebui să parcurgă suportul de curs "Managementul proiectelor II", care se află postat pe platforma de e-learning.

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

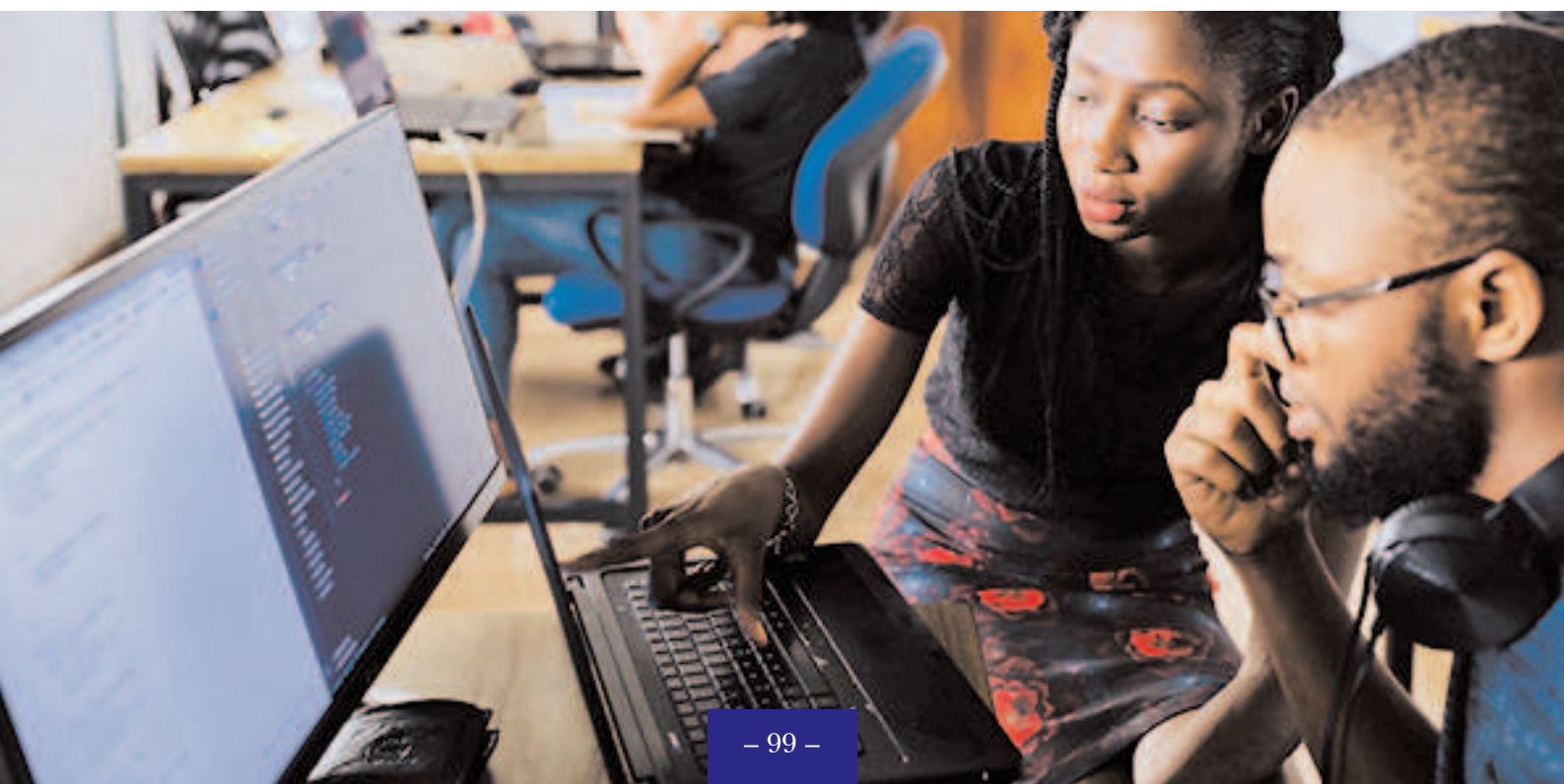
A se vedea și programarea activităților.

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



## 1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	11.05.2025 ora 09:00 sala 510			
	18.05.2025 ora 09:00 sala 509			
Seminare online (pe platforma Webex)	16.04.2025 ora 17:30		16.04.2025 ora 19:00	
	07.05.2025 ora 17:30		07.05.2025 ora 19:00	
	09.05.2025 ora 17:30		09.05.2025 ora 19:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	04.06.2025 Proiect online	10.06.2025 Proiect online	04.06.2025 Proiect online	10.06.2025 Proiect online



<b>Coordonator de disciplină:</b>	cadru didactic asociat dr. Cristina RACOCEANU
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	8

### 2.1. Cadrul general al cursului

Procesul de management strategic reprezintă ansamblul obiectivelor majore ale organizației pe termen mediu și lung, principalele modalități de realizare împreună cu resursele alocate, în vederea obținerii avantajului competitiv, potrivit misiunii organizației. Există numeroase modele ale procesului de management strategic, însă cel mai larg acceptat și implementat are în vedere parcurgerea următorilor pași: formularea strategiei, implementarea strategiei, evaluarea și controlul. Prin urmare, procesul de planificare strategică poate fi cel mai bine înțeles cu ajutorul modelelor teoretice aplicate în domeniul de interes. O trecere în revistă a principalelor concepte și teorii de management strategic indică faptul că acestea se regasesc în toate etapele strategiei: efectuarea analizei de mediu, stabilirea direcției organizatorice, formularea strategiei organizaționale, implementarea strategiei organizaționale, precum și evaluare și control. Multe studii de cercetare arată atât beneficii financiare cât și nonfinanciare care pot fi derivate dintr-o abordare modernă a managementului strategic. De cele mai multe ori, succesul unei organizații depinde atât de managementul strategic cât și de capacitățile organizatorice ale managerilor.

#### Obiective generale ale cursului

Realizarea unei baze de cunoștințe fundamentale în domeniul managementului strategic, precum și dezvoltarea unei gândiri critice necesare procesului de decizie în managementul strategic organizațional.

#### Obiective specifice ale cursului

Prezentarea și utilizarea conceptelor-cheie ale managementului strategic.

Crearea de abilități necesare atât unei planificari strategice cât și implementării unei strategii organizaționale coerente.

Studiile de caz sunt folosite cu scopul de a evalua diferitele aspecte ale managementului strategic prin aplicarea conceptelor cheie.

### 2.2. Structura cursului

1. Noțiuni generale – Piața și evoluția conceptului de management
  - 1.1. Piața și evoluția conceptului de management
  - 1.2. Aspecte ale managementului modern, evoluția abordării manageriale a organizației din perspectiva pieței
2. Trihotomia: Misiune – Viziune – Strategie
  - 2.1. Misiunea și viziunea organizației
  - 2.2. Termenii cheie în managementul strategic

3. Analiza SWOT
  - 3.1. Puncte slabe și puncte tari
  - 3.2. Oportunități și amenințări
4. Analiza mediului extern
  - 4.1. Structura mediului extern și analiza factorilor STEP-LE
  - 4.2. Mediul extern competițional – Modelul celor 5 Forțe
  - 4.3. Segmentarea pieței
5. Analiza mediului intern
  - 5.1. Teoria analizei mediului intern din perspectiva resurselor organizaționale – Modelul Bazat pe Resurse (RBV)
  - 5.2. Lanțul valoric
  - 5.3. Cultura organizațională
6. Elaborarea și implementarea strategiei
  - 6.1. Analiza grupurilor interesate (Stakeholders Analysis Theory)
  - 6.2. Strategia proceselor funcționale din organizație – etape
  - 6.3. Strategii – abordări sistemice
  - 6.4. Avantajul competitiv și strategiile generice
  - 6.5. Mediul extern competițional și strategiile organizaționale
7. Obstacole în implementarea strategiei
  - 7.1. Structuri și rețele
  - 7.2. Dileme întâlnite în diverse structuri
8. Planificare și control
  - 8.1. Planificarea strategică
  - 8.2. Bucla de control
9. Activitate finală – aplicarea conceptelor cheie pe un studiu de caz

## 2.3. Bibliografie

- Adair John, *Leadership Strategic*, București, Editura Meteor Publishing, 2015
- Blundel Richar, Kate Ippolito, *Effective Organisational Communication: Perspectives, Principles and Practices*, Pearson Education, 2002
- Brătianu Constantin, *Management strategic*, Craiova, Editura Universitatea din Craiova, 2002
- Brennan Ross, Canning Louise, McDowell Raymond, *Business to Business-Marketing*, Sage Publications, 2011
- Bryson J.M., *What to do when Stakeholder Matters. Stakeholder Identification and Analysis Techniques*, Public Management Review, 2004
- Drucker, Peter, *Management Tasks, Responsibilities, Practices*, Harper & Row, 1973
- Fayol Henry, *Critical Evaluations in Business and Management*, London, TJ International Ltd., 2002
- Grant John, *The Green Marketing Manifesto*, John Wiley & Sons Publisher, 2009
- Jackson Susan, Joshi Aparna, Erhardt Niclas, *Recent Research on Team an Organizational Diversity: Swot Analysis and Implications*, Journal of Management, article 29/801, 2003
- Koontz Harold, WHeinzeihrich, *Essential of Management*, London, Tata-McGraw-Hill Education, 2010
- Kotler Philip, *Deadly Marketing Sins: Signs and Solutions*, John Weiley&Sons, 2004

- Luecke Richard, *Strategy – create and implement the best strategy for your business*, Ort, Verlag, Harvard Business School Press, 2005.
- Magalhaes Rodrigo, *Organizational Knowledge and Technology*, Edward Elgar Publishing Ltd, 2004
- Malița Mircea, *Mintea cea socotitoare*, Editura Academiei Române, București, 2009
- Nicolescu Ovidiu, *Strategii de Management*, Editura Biblioteca de Management, București, 1998
- Porter Michael, *On Competition*, Harvard Business Review Book, 1992
- Porter Michael, *Strategie concurențială*, Editura Teora, Bucuresti, 2001.
- Pugh D.S. and Hickson D.J., *Managementul organizațiilor*, Editura Codecs, București, 2002
- Racoceanu Cristina – suport curs "Management strategic" – Master Managementul Proiectelor, SNSPA – Facultatea de Comunicare și Relații Publice, 2023.
- Rue W. Leslie and Holland G. Phyllis, *Strategic Management*, McGraw-Hill Education – Paperback International Edition, 1986
- Sun Tzu, *The art of war*, Shambala Boston & London Inc., Massachusetts 1988
- Taylor Frederick Winslow, *The Principels of Scientific Management*, Digiread.com, 2008
- Thompson Rosemary et all, *The Effective Manager*, The Open University, Walton Hall, Milton Keynes MK7 6AA, 2003.
- www.stec.univ-ovidius.ro, *Strategic management in a continuously changing environment, full of ambiguities and uncertainty*, autori: Cristina Racoceanu, Elena Condrea, Anca Stanciu, Analele Universității Ovidius Constanța, Economic Sciences Series, volum XIII, Issue 1, year 2013, Section: Management, <https://ideas.repec.org/a/ovi/oviste/vxiiy2012i1p1003-1008.html>.
- www.stec.univ-ovidius.ro, *Critical Appraisal of Specific Aspects of the Strategy for the International Market*, autori: Cristina Racoceanu, Anca Stanciu, Elena Condrea Analele Universitatii Ovidius Constanta, Economic Sciences Series, volum XIII, Issue 1, year 2013, Section: Management, <http://connection.ebscohost.com/c/articles/109414924/critically-appraise-specific-aspects-strategy-international-market>.
- www.stec.univ-ovidius.ro, *Forces That Are Shaping Strategic Decisions*, autori: Racoceanu Cristina, Stanciu Anca Cristina, Analele Universitatii Ovidius Constanta, Economic Sciences Series, volum XVIII, Issue 2, year 2018, Section: Management, <http://stec.univ-ovidius.ro/html/anale/RO/wp-content/uploads/2019/02/27.pdf>.
- www.hbr.org, Strategic Planning Should Be a Strategic Exercise, Graham Kenny, 04 oct. 2022.

## 2.4. Modalitatea de verificare

**Evaluare – examen** – studenții vor primi 2 subiecte (50 puncte fiecare subiect) pe care să le rezolve (în formă scrisă). Subiectele vor fi încărcate pe platforma Google Classroom, conform termenelor anunțate. Pentru a absolvi cursul, studenții trebuie să întrunească minim 50 puncte din 100 posibile.

Pentru a putea intra în examen, studenții trebuie să aibă minimum 3 prezențe la seminar.

## 2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
Seminare față în față	05.04.2025 ora 10:00 sala 509			
	12.04.2025 ora 10:00 sala 509			
Seminare online (pe platforma Webex)	21.02.2025 ora 17:30		21.02.2025 ora 19:00	
	28.02.2025 ora 17:30		28.02.2025 ora 19:00	
	07.03.2025 ora 17:30		07.03.2025 ora 19:00	
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Șansa 1	Șansa 2
	03.06.2025 Proiect online	12.06.2025 Proiect online	03.06.2025 Proiect online	12.06.2025 Proiect online



# ABILITĂȚI DE PREZENTARE PENTRU MANAGERII DE PROIECT

<b>Coordonator de disciplină:</b>	cadru didactic asociat dr. Georgiana CRISTEA
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	7

## 3.1. Cadrul general al cursului

Abilitățile de prezentare bine dezvoltate permit studenților să comunice precis și eficient în diverse moduri sau registre și contexte. Acestea sunt cotate ca fiind una dintre cele mai importante competențe transversale, în special pentru managerii de proiect care trebuie să comunice 70%-90% din timpul lor de lucru în mod individual cu echipa lor, cu managementul superior, cu clienții sau, în cazuri specifice, cu întreaga organizație. Comunicarea cu publicul și realizarea de prezentări ar trebui considerate o condiție obligatorie pentru un proces de învățare eficient și o viață profesională de succes.

### Obiective generale ale cursului:

Creșterea și îmbunătățirea treptată a abilităților de prezentare ale studenților prin formare continuă pentru a-i ajuta să devină mai competitivi, mai încrezători și să transmită cu mai multă convingere punctele lor de vedere.

### Obiective specifice ale cursului:

Într-o notă mai specifică, acest curs are următoarele **obiective**:

- să dezvolte studenților abilitățile de a comunica eficient și cu încredere cu diverse audiențe în diverse contexte.
- îmbunătățirea competențelor de cercetare și proiectare și consolidarea tehnicilor de livrare a prezentărilor.
- îmbunătățirea utilizării diferitelor suporturi electronice și a altor instrumente vizuale
- consolidarea abilităților critice de performanță (verbale și non-verbale);
- să crească nivelul de încredere al studenților în interacțiunea cu publicul și să le controleze nervozitatea/anxietatea
- să promoveze gândirea critică și reflexivă prin abordarea feedback-ului.

## 3.2. Structura cursului

Cursul este structurat pe șapte unități de învățare organizate astfel:

1. Abilități de prezentare în managementul proiectelor. Diferența dintre vorbitul în public și prezentările de afaceri.
2. Pregătirea terenului pentru o bună prezentare de afaceri: analiza nevoilor și așteptărilor, livrarea, suporturi vizuale.
3. Mesajul, limbajul și structura unei bune prezentări de afaceri (partea 1).
4. Mesajul, limbajul și structura unei bune prezentări de afaceri (partea a 2-a).



5. Prezentarea într-un context multicultural: impactul diferențelor culturale în realizarea unor prezentări eficiente de afaceri.
6. Managementul conflictelor – gestionarea participanților dificili din audiență, gestionarea situațiilor neprevăzute.
7. Impactul comunicării non-verbale. Înțelegerea și atenuarea anxietății dinaintea unor prezentări cu miză mare.

### 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 materiale/publicații cu referire la domeniul prezentărilor în managementul de proiect.

### 3.4. Modalitatea de verificare

**Probe de evaluare și ponderea lor:** Nota finală constă în: nota examen 50% - care presupune o prezentare în echipă, susținută în data de examinare din calendar și notă seminar 50% - alcătuită din: 40% proiecte individuale (evaluare intermediară) și 10% participarea activă la seminariile. Criterii de promovare: minim nota 5 (din maxim 10) obținută pentru prezentările de echipă și cele individuale.

### 3.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
<b>Seminare față în față</b>	29.03.2025 ora 9:00 sala 510			
	10.05.2025 ora 9:00 sala 510			
<b>Seminare online (pe platforma Webex)</b>	04.03.2025 ora 18:00		04.03.2025 ora 19:30	
	18.03.2025 ora 18:00		18.03.2025 ora 19:30	
	25.03.2025 ora 18:00		25.03.2025 ora 19:30	
<b>Examen</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>
	11.06.2025 Proiect online	21.06.2025 Proiect online	11.06.2025 Proiect online	21.06.2025 Proiect online

<b>Coordonatori de disciplină:</b>	prof. univ. dr. Loredana IVAN conf. univ. dr. Valeriu FRUNZARU
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	7

## 4.1. Cadrul general al cursului

Cursul își propune familiarizarea studenților cu principalele metode și tehnici folosite în cercetarea din diferite arii ale comunicării și deprinderea studenților să folosească datele cercetării științifice pentru elaborarea strategiilor de comunicare și rezolvarea unor probleme specifice. Relația interactivă, prezentarea unor exemple concrete, practice, evaluarea cunoștințelor dobândite necesare cercetării de teren fac din *Metode de cercetare în comunicare* un curs aplicat, util tuturor celor care lucrează în domeniul comunicării. Structura cursului urmărește, printre altele, realizarea unei cercetări de teren pe bază de chestionar, având în vedere atât construirea instrumentului de cercetare, cât și selectarea eșantionului. De asemenea, vom aborda tehnica interviului, cu precădere a celui semi-structurat, respectiv a celui de grup. Metoda observației va fi prezentată atât în varianta calitativă cât și cantitativă pe baza unui ghid structurat de observație. Analiza de conținut este una dintre metodele cele mai folosite în domeniul comunicării. În acest curs vom insista cu precădere asupra analizei cantitative, subliniind rigoarea, măsurarea sistematică și obiectivă a conținutului comunicării.

După parcurgerea acestui curs, studenții vor avea cunoștințele și deprinderile necesare pentru construirea unui instrument de cercetare, administrarea lui, analiza datelor și prezentarea lor într-un raport de cercetare sau studiu științific. Studenții vor fi capabili să distingă între metodele cantitative și cele calitative de cercetare și să cunoască specificul fiecărei tehnici predate. În planul gândirii științifice, acest curs urmărește depășirea abordărilor bazate pe cunoașterea la nivelul simțului comun și raportarea la realitatea socială, plecând de la exigențele și rigoarea metodelor de cercetare predate.

## 4.2. Structura cursului

### 1. Chestionarul

Specificul anchetei și sondajului de opinie

Ce trebuie știm pentru a construi un bun chestionar?

### 2. Eșantionarea

Populația investigată și eșantionarea. De ce realizăm cercetări pe bază de eșantion

Eșantionarea neprobabilistă

Eșantionarea probabilistă

### 3. Focus grupul

În ce constă specificul metodelor calitative?

Particularitățile interviului ca metodă de cercetare calitativă

Tipuri de interviu, după gradul de structurare  
Anchetă pe bază de chestionar *versus* anchetă pe bază de interviu  
Tehnici interogative specifice interviului semistrukturat și în profunzime  
Ce sunt focus grupurile?  
Câte persoane participă la un focus-grup?  
Care sunt caracteristicile moderatorului?  
Cum trebuie să organizăm o sală pentru desfășurarea focus-grupului?  
Focus grupul – o tehnică cu istorie recentă în cercetare de piață  
Avantajele și limitele tehnicii focus-grupului  
Când este oportună utilizarea tehnicii focus grupului?  
Câte focus grupuri sunt necesare?  
Construcția grilei de focus-grup

#### 4. Observația

Când folosim metoda observației?  
Observația ne ajută să investigăm comportamentul real al subiectului  
Rolul observatorului  
Specificul metodei observației  
Limitele metodei observației  
Abordare calitativă sau cantitativă în aplicarea metodei observației?  
Avantajele și limitele observației?  
Tipuri de observație

#### 5. Analiza de conținut

Analiza de conținut – o metode de cercetare cantitativă și calitativă  
Analiza de conținut – scurt istoric  
Schema de categorii  
Unitatea de înregistrare și unitatea de context  
Fidelitatea și validitatea  
Folosirea computerului în analiza de conținut  
Considerații finale

### 4.3. Bibliografie

- Babbie, Earl. (2010). *Practica cercetării sociale*. Iași: Editura Polirom.
- Chelcea, Septimiu. (2004). *Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative*. București: Editura Economică.
- Diaconu-Gherasim, L.R., Măirean, C. și Curelaru, M. (coord.) (2022). *Metode cantitative de cercetare. Desingnuri și aplicații în științele sociale*. Iași: Editura Polirom.
- Krueger, Richard A., Casey, Mary Anne [2000] (2005). *Metoda focus grup. Ghid practic pentru cercetarea aplicată*. Iași: Editura Polirom.

### 4.4. Modalitatea de verificare

Nota finală va fi obținută pe baza evaluării unui proiect de cercetare (30%) și a notei obținute la examen (70%), care va consta într-un test grilă.

#### 4.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1		GRUPA 2	
<b>Seminare față în față</b>	02.03.2025 ora 10:00 sala 509			
	09.03.2025 ora 10:00 sala 509			
<b>Seminare online (pe platforma Webex)</b>	06.03.2025 ora 17:00		06.03.2025 ora 18:30	
	03.04.2025 ora 17:00		03.04.2025 ora 18:30	
	08.05.2025 ora 17:00		08.05.2025 ora 18:30	
<b>Examen</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>
	02.06.2025 ora 18:00 Test grilă – Examen online	15.06.2025 ora 10:00 Test grilă – Examen online	02.06.2025 ora 18:00 Test grilă – Examen online	15.06.2025 ora 10:00 Test grilă – Examen online





# Anul II

# Semestrul IV

## DISCIPLINE

**1. Evaluarea și auditul proiectelor**

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

**2. Monitorizare și indicatori de performanță**

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat dr. Irina LONEAN

**3. Practică**

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat drd. Marina ENACHE

**4. Metode și tehnici de elaborare a lucrării de absolvire**

Coordonator de disciplină: cadru didactic asociat dr. Iuliana CĂLIN

# 1. EVALUAREA ȘI AUDITUL PROIECTELOR

<b>Coordonator de disciplină:</b>	cadru didactic asociat conf. univ. dr. Sergiu STAN
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	8

## 1.1. Cadrul general al cursului

Obiectivele cursului:

Înșușirea conceptelor, metodelor și tehnicilor privind

- Monitorizarea
- Evaluarea Ex-Ante
- Evaluarea Intermediară
- Evaluarea Ex-Post
- Auditarea generală a organizațiilor
- Auditarea specifică a proiectelor.

## 1.2. Structura cursului

1. Planificarea activităților de monitorizare și evaluare a proiectelor
2. Elemente specifice legate de monitorizarea implementării proiectelor
3. Evaluarea proiectelor
4. Auditul proiectelor
5. Monitorizare vs evaluare vs audit

## 1.3. Bibliografie

Bibliografia se găsește la finalul suportului de curs.

## 1.4. Modalitatea de verificare

Masteranzii pot obține un punctaj maxim de 100 de puncte (echivalentul notei 10), rezultat din următoarele componente:

### 1. Participare la activitățile semestriale – 30%

Prezența activă la sesiunile online va contribui la calculul mediei finale în procent de 30%. Seminariile se vor desfășura în mod interactiv, masteranzii având posibilitatea de a se implica în discuții și rezolvarea exercițiilor și temelor propuse de profesor.

Vor fi punctate contribuțiile constând în identificarea de articole și link-uri de interes din domeniu, template-uri utilizabile în procesele de evaluare și audit, documente interesante legate de domeniu.

Pentru participarea la sesiunile online, studenții vor trebui să parcurgă suportul de curs postat pe platforma de e-learning și documentația suplimentară ce va fi pusă la dispoziție de cadrul didactic.

**Punctajul maxim se obține pentru participarea studenților la cel puțin 3 din cele 5 activități organizate. A se vedea și programarea activităților.**

## **2. Evaluări intermediare – 20%**

Masteranzii vor realiza și vor posta pe platforma de e-learning, conform instrucțiunilor: primele două capitole ale „planului de monitorizare, evaluare și auditare a proiectului”, realizate pe baza indicațiilor profesorului coordonator.

## **3. Realizarea dosarului de proiect – 50%**

Pentru realizarea completă a „planului de monitorizare, evaluare și auditare a proiectului”, studenții vor aplica tehnicile și instrumentele învățate la curs pentru un proiect ales din cele realizate în anul I la disciplina Managementul proiectelor (I și II) sau la disciplina Strategii și tehnici de atragere a finanțării de la UE. Studenții pot aborda teme noi de proiect, în măsura în care acestea vor fi discutate în prealabil cu titularul cursului.

Studenții sunt rugați să lucreze în echipe incluzând **3-5 membri**, ceea ce le va permite să exerseze lucrul în echipă. Pot fi menținute echipele din anul I. În cazul în care nu se dorește menținerea echipelor din anul precedent, organizarea pe echipe va fi realizată cu ajutorul titularului de disciplină în cadrul primelor interacțiuni online. Fiecare echipă își va desemna un **manager de proiect**, care va reprezenta echipa în relație cu profesorul (spre exemplu, pentru solicitarea de clarificări sau informații suplimentare).

Echipele de proiect sunt încurajate să utilizeze mijloace de comunicare electronică pentru a-și realiza 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.). „Planul de monitorizare, evaluare și auditare a proiectului” va fi postat de masteranzi în cadrul secțiunii „**Evaluare**” de pe platforma de e-learning, până la data menționată în programarea activităților.

**Realizarea dosarului de proiect este obligatorie.**

## **4. Participarea activă la seminarii, contribuția personală la dezvoltarea temelor, alte idei inovative se vor puncta cu 10%.**

**Pentru a absolvi cursul, indiferent de punctajul total obținut, studenții vor trebui să îndeplinească cumulativ cerințele minime obligatorii de mai sus referitoare la realizarea temei intermediare (vezi punctul 2) și elaborarea dosarului de proiect (vezi punctul 3).**

**Realizarea dosarului de proiect – „Planul de monitorizare, evaluare și auditare a proiectului”**  
Tema echipelor de proiect constă în realizarea proiectului, după tematica convenită de comun acord cu coordonatorul disciplinei.

Structura indicativă a proiectului, dar nu limitativă (a se vedea suportul de curs):

- Sumar executiv
- Introducere
  - Scopul și obiectivele evaluării
  - Descrierea succintă a proiectului
- Planificarea activităților de monitorizare ale proiectului
- Planificarea evaluării proiectului
- Elemente specifice referitoare la auditarea proiectului
- Concluzii
- Recomandări
- Anexe

Se va puncta și aspectul general, structura, claritatea și concizia lucrării.

Proiectele se realizează pe grupe (așa cum s-a precizat mai sus).

### Norme de redactare

La redactarea materialelor se vor utiliza diacritice.

Pentru textul de bază se va utiliza font Times New Roman, corp 12, spațiere 1,5.

Materialele vor fi postate pe platformă în format editabil (word).

### 1.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
<b>Seminare față în față</b>	29.03.2025 ora 10:00 sala 314					
	05.04.2025 ora 10:00 sala 314					
<b>Seminare online (pe platforma Webex)</b>	11.04.2025 ora 18:00			11.04.2025 ora 19:30		
	16.05.2025 ora 18:00			16.05.2025 ora 19:30		
	23.05.2025 ora 18:00			23.05.2025 ora 19:30		
<b>Examen</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Reexaminare</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Reexaminare</b>
	14.06.2025 Proiect online	18.06.2025 Proiect online	21.06.2025 Proiect online	14.06.2025 Proiect online	18.06.2025 Proiect online	21.06.2025 Proiect online





<b>Coordonator de disciplină:</b>	cadru didactic asociat dr. Irina LONEAN
<b>Statut:</b>	obligatorie
<b>Număr de credite:</b>	8

## 2.1. Cadrul general al cursului

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 2.3. Bibliografie

- Sandra BRIGGS, Baiba PETERSTONE și Karlis SMITS, *Manual de metode folosite în planificarea politicilor publice și evaluarea impactului*, 2006. Document realizat prin proiect PHARE RO 2003/IB/OT/10 “Consolidarea capacității Guvernului României de a gestiona și coordona politicile publice și procesul decizional”, disponibil la: <http://sgg.gov.ro/docs/File/UPP/doc/manual-metode-impact.pdf>
- Comisia Europeană, *Ghid indicative privind metodele de evaluare: indicatori de monitorizare și evaluare / Indicative guidelines on evaluation methods: monitoring and evaluation indicators*, 2006, disponibil la: [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docoffic/cocof/2006/cocof\\_06\\_0010\\_00\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/cocof/2006/cocof_06_0010_00_en.pdf)
- Comisia Europeană, *Monitorizarea și evaluarea politicii europene de coeziune. Fondul Social European. Document de ghidare / Monitoring and Evaluation of the European Cohesion Policy. European Social Fund. Guidance document*, 2018, disponibil la: <https://ec.europa.eu/sfc/en/system/files/ged/ESF%20monitoring%20and%20evaluation%20guidance.pdf>
- Guvernul României, *Ghid de Monitorizare și Evaluare*, 2009, disponibil la: [http://www.sgg.ro/docs/File/UPP/doc/GHID\\_DE\\_MONITORIZARE\\_SI\\_EVALUARE\\_FINAL.pdf](http://www.sgg.ro/docs/File/UPP/doc/GHID_DE_MONITORIZARE_SI_EVALUARE_FINAL.pdf)
- OECD, *Setarea performanțelor și măsurarea progresului / Benchmarking performance and measuring progress*, disponibil la: <http://www.oecd.org/investment/toolkit/measuringprogress/41435024.pdf>
- Patricia ROGERS pentru UNICEF, *Teoria Schimbării / Theory of Change*, 2014, disponibil la: [https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/brief\\_2\\_theoryofchange\\_eng.pdf](https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/brief_2_theoryofchange_eng.pdf)
- UNICEF, *Manualul Managementului Bazat pe Performanță / Result Based Management Handbook*, 2017, disponibil la: <https://www.unicef.org/rosa/media/10356/file>
- Banca de indicatori privind dreptul la educație: <https://www.right-to-education.org/monitoring/tool>
- Resurse bibliografice suplimentare se găsesc și la finalul fiecărei unități de învățare din suportul de curs.



## 2.4. Modalitatea de verificare

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

### 1. Participare la sesiunile de seminar – 20%

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

### 2. Evaluare intermediară – 20%

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

### 3. Evaluare finală – 60%

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

## 2.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
Seminare față în față	10.05.2025 ora 09:00 sala 509					
	17.05.2025 ora 09:00 sala 509					
Seminare online (pe platforma Webex)	06.05.2025 ora 18:00			06.05.2025 ora 19:30		
	13.05.2025 ora 18:00			13.05.2025 ora 19:30		
	20.05.2025 ora 18:00			20.05.2025 ora 19:30		
Examen	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare
	02.06.2025 Proiect online	10.06.2025 Proiect online	17.06.2025 Proiect online	02.06.2025 Proiect online	10.06.2025 Proiect online	17.06.2025 Proiect online

**Coordonator de disciplină:** cadru didactic asociat drd. Marina ENACHE

**Statut:** obligatorie

**Număr de credite:** 7

### 3.1. Cadrul general al cursului

Practica reprezintă o disciplină aplicativă cuprinsă în planul de învățământ al semestrului IV. Stagiul de practică se efectuează timp de două săptămâni. Practica se poate desfășura la locul de muncă (pentru masteranzii angajați) sau în oricare organizație care are legătură cu management, managementul proiectelor, comunicarea, relațiile publice, respectiv resursele umane.

### 3.2. Modalitatea de verificare

Toți masteranzii, indiferent de locul în care efectuează practica, trebuie să prezinte dosarul de practică cu următorul conținut:

- a. adeverința care atestă efectuarea practicii (sau adeverința de angajat, în cazul studenților angajați)
- b. un raport de practică (5-10 pagini), care să cuprindă:
  - descrierea organizației;
  - perioada de desfășurare a stagiului de practică (sau perioada de referință care este ilustrată în dosar, în cazul studenților angajați);
  - departamentul în care a fost efectuat stagiul de practică (sau departamentul în care persoana este angajată);
  - persoanele de contact;
  - obiectivele asumate pentru stagiul de practică (sau obiectivele profesionale asumate, dacă persoana este angajată);
  - activitățile la care masterandul a participat în perioada stagiului de practică (cu descrierea detaliată a acestora) (sau activitățile profesionale desfășurate în perioada de referință, în cazul studenților angajați);
  - observații și concluzii.
- c. aprecierea șefului departamentului în care a fost desfășurată practica (sau aprecierea superiorului direct, în cazul studenților angajați). Acest document trebuie semnat de persoana care face aprecierea.

#### CRITERIILE DE EVALUARE (DE OBȚINERE A NOTEI)

- complexitatea activității desfășurate;
- relevanța directă a activității desfășurate pentru domeniul masteratului la care studiați;
- capacitatea de a analiza și prezenta activitățile desfășurate;
- capacitatea de a comenta și oferi soluții pentru problemele identificate;
- însușirea corectă a noțiunilor învățate;
- creativitatea și originalitatea în materialele realizate.

Încheierea situației școlare este condiționată de prezentarea dosarului de practică.

Dosarele de practică se vor încărca pe platformă la data stabilită.

## Programarea examenelor

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare	Șansa 1	Șansa 2	Reexaminare
<b>Examen</b>	04.06.2025 Proiect online	13.06.2025 Proiect online	20.06.2025 Proiect online	04.06.2025 Proiect online	13.06.2025 Proiect online	20.06.2025 Proiect online



# METODE ȘI TEHNICI DE ELABORARE A LUCRĂRII DE ABSOLVIRE

**Coordonator de disciplină:** cadru didactic asociat dr. Iuliana CĂLIN

**Statut:** obligatorie

**Număr de credite:** 7

## 4.1. Cadrul general al cursului

Cursul își propune să îi familiarizeze pe studenți cu standardele elaborării lucrărilor științifice (monografii, articole pentru revistele de specialitate, lucrări de licență, disertații, teze de doctorat), cu accent pe elaborarea lucrării de absolvire a studiilor universitare de masterat. Studenții trebuie să își însușească normele de redactare a lucrărilor științifice, să cunoască și să respecte etica cercetării științifice, în general, și cerințele deontologice ale elaborării disertațiilor, în special. Pentru examen, studenții au obligația de a prezenta, în scris, unul dintre capitolele disertației sau de a elabora, plecând de la tema aleasă pentru lucrarea de absolvire, un articol științific.

## 4.2. Structura cursului

1. Deontologia elaborării lucrărilor științifice
2. Alegerea temei și structurarea unei lucrări științifice
3. Etapele realizării unei cercetări științifice
4. Analiza și prezentarea datelor de cercetare științifică
5. Stilul de redactare al lucrărilor științifice
6. Surse academice și sisteme de citare
7. Capcanele plagiatului și evitarea lor
8. Susținerea unei lucrări științifice în fața unei comisii de specialitate

## 4.3. Bibliografie

- Bailey, S. (2011). *Academic Writing: A Handbook for International Students* (third edition). New York: Routledge.
- Boc, O. (2022). *Scrierea academică în domeniul științelor umaniste: tehnici și norme*. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană.
- Bukhari, S.A.R. (2020). *A Graduate's Handbook for Writing High-Quality Thesis* (1 ed.). Research Gate. DOI:10.13140/RG.2.2.29024.10242.
- Buzan, T. (2019). *Arta stăpânirii Hărții Mentale*. București: DPH.
- Chelcea, S. (2000). *Cum să redactăm o lucrare de licență, o teză de doctorat, un articol științific în domeniul științelor socioumane*. București: Comunicare.ro.
- Chelcea, Septimiu (2011). *Manual de redactare în științele socioumane*. București: Editura Comunicare.ro.
- Day, Robert A. (1995), *How to Write & Publish a Scientific Paper* (ediția a patra). Cambridge University Press (disponibil la: <http://landscape.geo.klte.hu/Kozos/geoinf/par.pdf>).

- Eco, Umberto. [1997] (2000). *Cum se face o teză de licență*. Constanța: Editura Pontica.
- Ferréol, Gilles și Flageul, Noël. [1994] (1998). *Metode și tehnici de exprimare scrisă și orală*. Iași: Editura Polirom.
- Hartley, James (2008). *Academic Writing and Publishing. A Practical Handbook*. Londra & New York: Routledge, pp. 21-127.
- Hayot, E. (2014). *The Elements of Academic Style: Writing for the Humanities*. New York: Columbia University Press.
- Munawir, M. (2020). The Kinds of Translation Error Made by the Students in Writing Abstract of the Theses and Dissertations. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 6(2), 58-66.
- Selemani, A., Chawinga, W.D. & Dube, G. (2018). Why do postgraduate students commit plagiarism? An empirical study. *International Journal for Educational Integrity*, 14 (7), doi:10.1007/s40979-018-0029-6.
- Șerbănescu, Andra. [2000] (2001). *Cum se scrie un text* (ediția a II-a). Iași: Editura Polirom.
- Șercan, E. (2017). *Deontologie academică. Ghid practic*. București: Editura Universității din București.

#### 4.4. Modalitatea de verificare

Elaborarea unui capitol din lucrarea de absolvire sau a unui articol științific pe tema aleasă pentru disertație.

#### 4.5. Programarea seminarelor și a examenelor

Detalii	GRUPA 1			GRUPA 2		
<b>Seminare față în față</b>	21.02.2025 ora 16:00 <b>PRELEGERE LINK</b> <a href="https://snspa.webex.com/snspa/j.php?MTID=m16fe53c46254fe938abc2caddcb8dfec">https://snspa.webex.com/snspa/j.php?MTID=m16fe53c46254fe938abc2caddcb8dfec</a>					
<b>Seminare online (pe platforma Webex)</b>	28.02.2025 ora 18:30			28.02.2025 ora 20:00		
	04.04.2025 ora 18:30			04.04.2025 ora 20:00		
	08.05.2025 ora 18:00			08.05.2025 ora 19:30		
<b>Examen</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Reexaminare</b>	<b>Șansa 1</b>	<b>Șansa 2</b>	<b>Reexaminare</b>
	06.06.2025 Proiect online	12.06.2025 Proiect online	19.06.2025 Proiect online	06.06.2025 Proiect online	12.06.2025 Proiect online	19.06.2025 Proiect online



# REEXAMINĂRI ANUL II, SEMESTRUL I

Materie	Coordonator	Data
Aplicații informatice pentru managementul proiectelor	Bogdan ABAZA Sorin IONIȚESCU	11.06.2025
Metodologii Agile de management de proiect	Mirela PÎRVAN	12.06.2025
Managementul riscului	Sergiu STAN	15.06.2025
Pregătirea și implementarea proiectelor de cercetare	Adrian CURAJ Mircea POPESCU	20.06.2025





## II. Bibliografie

– recomandări de utilizare –

## Bibliografie – recomandări de utilizare

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

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

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

În acest mod concret, bibliografia este necesară pentru:

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

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



# III. Accesarea paginii de Internet



## Accesarea paginii de Internet

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



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

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

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

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

### Observație

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

### Platforma de e-learning

Platforma de e-learning folosită este [Google Classroom](#).

Pe platforma de e-learning [Google Classroom](#) studenții vor avea acces la:

- prezentările disciplinelor;
- materialele de suport de cursuri adaptate IFR;
- calendarul activităților didactice;
- link-uri ale seminariilor online;

- activități de lucru, teme;
  - resurse bibliografice suplimentare;
  - informații generale utile pentru studenții masterului și anului de studiu respectiv etc.
- Pe pagina fiecărei discipline, va exista și o secțiune dedicată pentru evaluare, unde se pot trimite proiectele, temele sau susține testele de final de semestru, conform fiecărei discipline.



Accesul studenților în Google Classroom, la clasele dedicate disciplinelor, se va face prin intermediul codului de clasă sau al link-ului specific, după caz.

Pentru comunicarea prin intermediul Google Classroom, se va folosi doar adresa de mail instituțională a studenților.

#### **Adresa de email instituțională a studenților**

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

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

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

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

# IV. ANEXE



# ANEXA 1

## STRUCTURA ANULUI UNIVERSITAR 2024–2025

### Studii universitare licență anii I, II și master anul I (ID/IFR)

#### Semestrul I

săpt.

1	1 – 6 octombrie	Activitate didactică
2	7 – 13 octombrie	– “ –
3	14– 20 octombrie	– “ –
4	21 – 27 octombrie	– “ –
5	28 octombrie – 3 noiembrie	– “ –
6	4 – 10 noiembrie	– “ –
7	11 – 17 noiembrie	– “ –
8	18 – 24 noiembrie	– “ –
9	25 – 1 decembrie	– “ –
10	2 – 8 decembrie	– “ –
11	9 – 15 decembrie	– “ –
12	16 – 22 decembrie	– “ –
	23 decembrie – 5 ianuarie	Vacanța de Iarnă
13	6 – 12 ianuarie	Activitate didactică
14	13 – 19 ianuarie	– “ –
	20 ianuarie – 9 februarie	Sesiune de examene
	10 – 16 februarie	Vacanță





## Semestrul II

săpt.

1	17 – 23 februarie	Activitate didactică
2	24 – 2 martie	– “ –
3	3 – 9 martie	– “ –
4	10 – 16 martie	– “ –
5	17 – 23 martie	– “ –
6	24 – 30 martie	– “ –
7	31 martie–6 aprilie	– “ –
8	7 – 13 aprilie	– “ –
9	14 – 20 aprilie	– “ –
	21 – 27 aprilie	Vacanță de Primăvară
10	28 aprilie – 4 mai	Activitate didactică
11	5 – 11 mai	– “ –
12	12 – 18 mai	– “ –
13	19 – 25 mai	– “ –
14	26 – 1 iunie	– “ –
	2 – 22 iunie	Sesiune examene

Practica se va desfășura conform planului de învățământ\*

1 – 21 septembrie                      Sesiune restanțe și reexaminări



Semestrul I

săpt.		
1	1 – 6 octombrie	Activitate didactică
2	7 – 13 octombrie	– “ –
3	14– 20 octombrie	– “ –
4	21 – 27 octombrie	– “ –
5	28 octombrie – 3 noiembrie	– “ –
6	4 – 10 noiembrie	– “ –
7	11 – 17 noiembrie	– “ –
8	18 – 24 noiembrie	– “ –
9	25 – 1 decembrie	– “ –
10	2 – 8 decembrie	– “ –
11	9 – 15 decembrie	– “ –
12	16 – 22 decembrie	– “ –
	23 decembrie – 5 ianuarie	Vacanța de Iarnă
13	6 – 12 ianuarie	Activitate didactică
14	13 – 19 ianuarie	– “ –
	20 ianuarie – 9 februarie	Sesiune de examene
	10 – 16 februarie	Vacanță/Examene finalizare studii



## Semestrul II

săpt.

1	17 – 23 februarie	
2	24 – 2 martie	Activitate didactică
3	3 – 9 martie	– “ –
4	10 – 16 martie	– “ –
5	17 – 23 martie	– “ –
6	24 – 30 martie	– “ –
7	31 martie–6 aprilie	– “ –
8	7 – 13 aprilie	– “ –
9	14 – 20 aprilie	– “ –
	21 – 27 aprilie	Vacanță de Primăvară
10	28 – 4 mai	Activitate didactică
11	5 – 11 mai	– “ –
12	12 – 18 mai	– “ –
13	19 – 25 mai	– “ –
14	26 – 1 iunie	– “ –
	2 – 22 iunie	Sesiune examene, restanțe, reexaminări
	23 iunie – 6 iulie	Examene finalizare studii
	7 iulie – 11 iulie	Examene finalizare studii – DPPD

Practica se va desfășura conform planului de învățământ\*

\* Conform Ordinului MECS nr. 3.955 din 9 mai 2008 (MO nr. 440/12.06.2008) privind aprobarea Cadrului general de organizare a stagiilor de practică în cadrul programelor de studii universitare de licență și de masterat (Art. 4, alin. 2) – Perioada de desfășurare a stagiului de practică poate fi cuprinsă atât în cursul anului universitar, cât și în perioada vacanțelor universitare.



## ANEXA 2

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

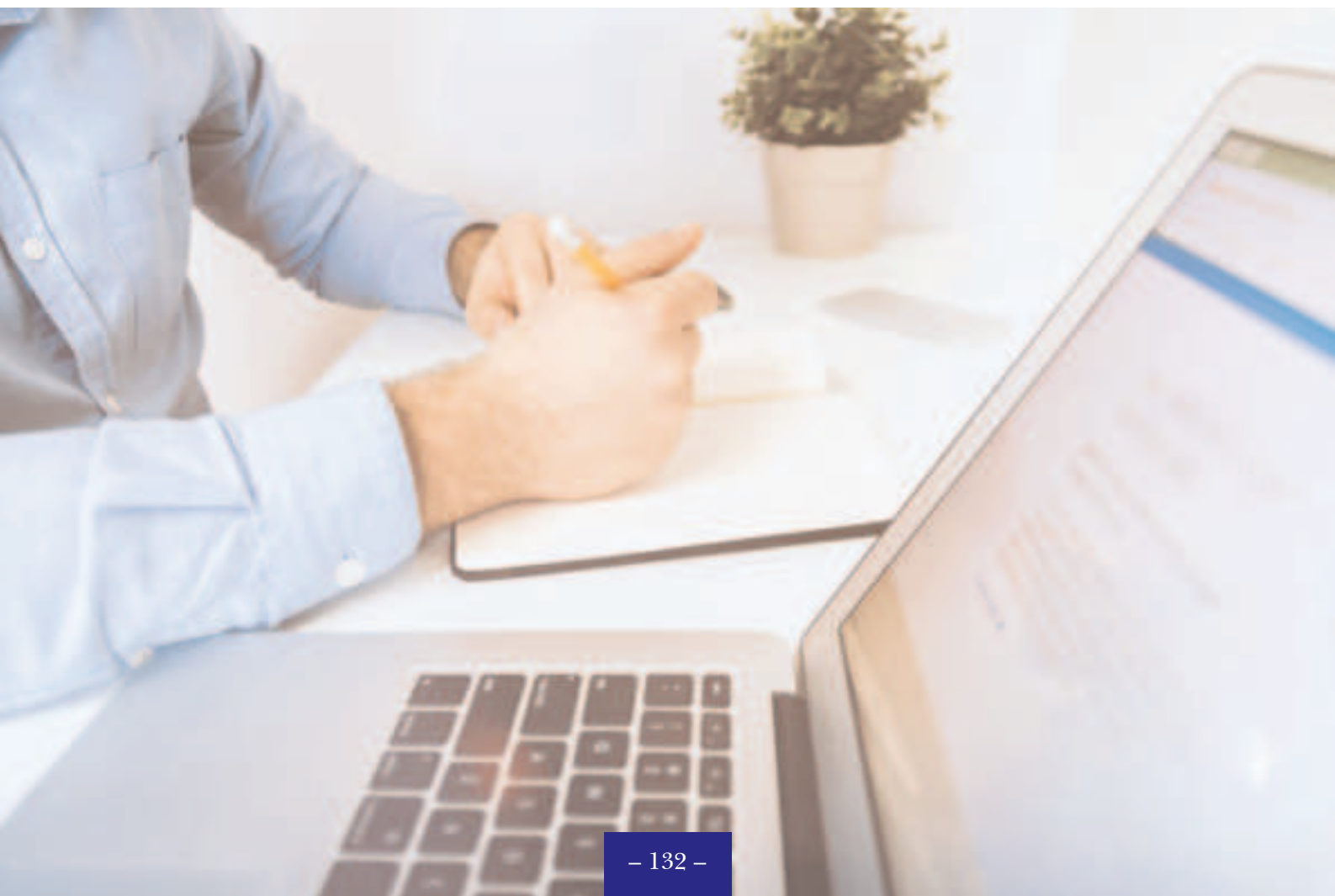
<b>LUNI</b>	11.00-13.00
<b>MARȚI</b>	11.00-13.00
<b>MIERCURI</b>	11.00-13.00
<b>JOI</b>	11.00-13.00
<b>VINERI</b>	11.00-13.00

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

**Adrese de e-mail:**

- **MCRP, MRU** – [madalina.ion@comunicare.ro](mailto:madalina.ion@comunicare.ro)
- **MCA, MP** – [monica.cercelaru@comunicare.ro](mailto:monica.cercelaru@comunicare.ro)

**Telefon: 0372 249 769**



# ANEXA 3

## Biblioteca SNSPA

### **Bd. Expoziției nr. 30A, parter, Sala P07**

Biblioteca SNSPA este deschisă pentru public, de luni până joi, între orele 09.00-16.00 și vineri, între orele 09.00-14.00.

Biblioteca SNSPA pune la dispoziția studenților și cadrelor didactice servicii suport pentru învățare și cercetare, precum și servicii de informare și documentare.

#### **Servicii suport pentru învățare și cercetare:**

- consultarea cărților din colecțiile Bibliotecii SNSPA în sala de lectură P07;
- împrumutul la domiciliu al cărților din colecțiile Bibliotecii SNSPA;
- consultarea resurselor electronice abonate de SNSPA.

Aceste servicii sunt disponibile pe baza permisului de bibliotecă și, în acest sens, biblioteca asigură:

- eliberare permis de bibliotecă pe baza datelor introduse în sistemul integrat de bibliotecă, la adresa <http://biblioteca.snspa.ro/liberty/libraryHome.do?SAMLResponse=&clientAlias=&time=&digest=&corporationAlias=SNSPA>, butonul „Înregistrare” și a carnetului de student vizat pe anul universitar în curs – 2024/2025 (Sala P08 – Centrul de Documentare Europeană);
- actualizare permis bibliotecă pe baza carnetului de student vizat pe anul universitar în curs – 2024/2025 (Sala P07);

#### **Servicii de informare și documentare:**

- consultarea catalogului online al Bibliotecii SNSPA, disponibil pe pagina web a SNSPA, rubrica Biblioteca, la adresa: <http://biblioteca.snspa.ro/liberty/libraryHome.do?SAMLResponse=&clientAlias=&time=&digest=&corporationAlias=SNSPA>;
- furnizare acces mobil la bazele de date științifice prin consorțiul ANELIS PLUS (ProQuest Central, ScienceDirect Freedom Collection, Wiley Journals, SpringerLink Journals, Sage Journal Collection, Emerald Management E-Journals, Taylor and Francis Journal Collection, Cambridge Journals, EBSCO, Emerald eBooks Collection, Sage eBooks Collections, De Gruyter eBooks, CABI Digital Library ebooks, Elsevier Ebooks, Wiley e-books, iGroup – American Library Association ebook Collection, IEEE - NOW Foundation ebook Collection, Web of Science – Clarivate Analytics, SCOPUS) și la baza de date JSTOR.

Ghidul pentru accesul mobil este disponibil pe site-ul SNSPA la rubrica Biblioteca, la adresa [http://snspa.ro/wp-content/uploads/2021/04/Ghid\\_acces\\_baze-de-date-SNSPA\\_aprilie\\_2021.pdf](http://snspa.ro/wp-content/uploads/2021/04/Ghid_acces_baze-de-date-SNSPA_aprilie_2021.pdf);

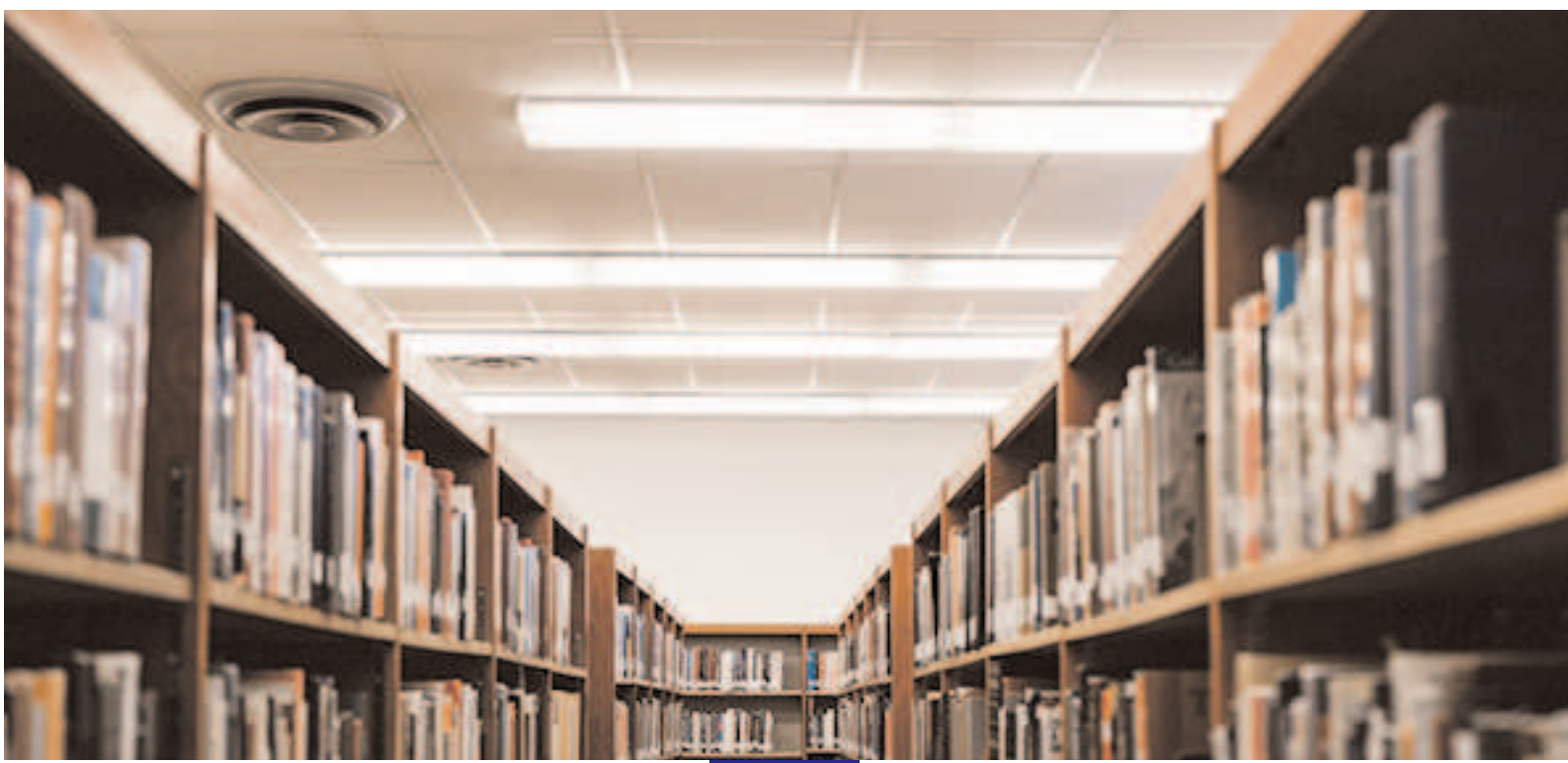
Informații suplimentare pentru crearea contului de acces mobil pot fi solicitate prin e-mail la adresa [biblioteca@snspa.ro](mailto:biblioteca@snspa.ro) sau direct la bibliotecă;

- consultarea **eLibrary@SNSPA** cu acces liber la textul integral al unor cărți publicate de către cadrele didactice ale SNSPA la editurile Comunicare.ro și Tritonic, la adresa <http://elibrary.snspa.ro/>;

- furnizarea de referințe online, la cerere, la adresa [biblioteca@snsps.ro](mailto:biblioteca@snsps.ro) (răspunsuri la orice probleme legate de informare și documentare pentru cursuri, seminarii, pentru procesul de învățare și cercetare);
- verificarea lucrărilor academice de absolvire (lucrări de licență, disertații) în vederea detectării posibilelor încercări de plagiat, prin intermediul aplicațiilor specializate de SNSPA (Sistemantiplagiat.ro sau Integrity/Turnitin). Verificarea se poate face o singură dată pentru lucrarea aflată în fază finală înainte de a fi predată profesorului coordonator. Excepție fac lucrările pe care profesorul coordonator decide să le verifice singur. Lucrările se verifică în baza solicitărilor transmise pe e-mail la adresa [biblioteca@snsps.ro](mailto:biblioteca@snsps.ro), solicitări care trebuie să includă în corpul mesajului titlul lucrării, numele studentului, numele profesorului coordonator, facultatea. Raportul rezultat va fi transmis atât profesorului coordonator, cât și studentului;
- furnizare informații pentru studiu și cercetare pe pagina Facebook a Bibliotecii SNSPA cu diverse informații cu privire la resurse electronice full-text disponibile online, webinare organizate de furnizorii bazelor de date etc;
- furnizare informații pe pagina Facebook a Centrului de Documentare Europeană SNSPA;
- punerea la dispoziție, spre consultare, a tezelor de doctorat depuse la bibliotecă de doctoranzii SNSPA;
- semnare fișe de lichidare.

În plus, pentru cadrele didactice se asigură, la cerere, scanarea unor pagini (capitole, subcapitole, articole) din cărțile incluse în bibliografia cursurilor sau din alte publicații utilizate în procesul educațional. Acest serviciu este oferit în limitele reglementărilor Legii nr. 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, cu modificările și completările ulterioare.

De asemenea, pot fi solicitate, pe adresa [biblioteca@snsps.ro](mailto:biblioteca@snsps.ro), bibliografii scurte pe anumite teme, informații legate de activitatea științifică reflectată în WoS (indice Hirsh, numărul WoS al articolelor) sau SCOPUS, alte informații legate de activitatea, serviciile, colecțiile bibliotecii.



# ANEXA 4

## Modalități de achitare a taxelor

**Tipul și valoarea taxelor:**

### 1. Taxa de școlarizare

Pentru anul academic 2024–2025, 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 – 5000 LEI/an.** Pentru achitarea taxei de școlarizare, alegeți una dintre variantele:

- Integral (reducere 350 LEI): 4650 LEI la înmatriculare în perioada 30 iulie – 02 august 2024;
- 2 rate (reducere 200LEI): rata 1 = 2400 LEI la înmatriculare în perioada 30 iulie – 02 august 2024; **rata 2 = 2400 LEI**, data limită 31 ianuarie 2025;
- 3 rate: rata 1 = 1700 LEI la înmatriculare în perioada 30 iulie – 02 august 2024; **rata 2 = 1700 LEI**, data limită 31 ianuarie 2025; **rata 3 = 1600 LEI**, data limită 31 mai 2025.

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

- Integral (reducere 250 LEI): 3150 LEI, data limită 31 octombrie 2024;
- 2 rate (reducere 150 LEI): rata 1 = 1650 LEI, data limită 31 octombrie 2024; **rata 2 = 1600 LEI**, data limită 31 ianuarie 2025;
- 3 rate: rata 1 = 1200 LEI, data limită 31 octombrie 2024; **rata 2 = 1200 LEI**, data limită 31 ianuarie 2025; **rata 3 = 1000LEI**, data limită 31 mai 2025.

Pentru anul academic 2024–2025, forma de învățământ IFR, **Masterat în Managementul proiectelor** valorile taxelor de școlarizare sunt prezentate mai jos.

**Anul I – 6000 LEI/an.** Pentru achitarea taxei de școlarizare, alegeți una dintre variantele:

- Integral (reducere 350 LEI): 5650 LEI la înmatriculare în perioada 30 iulie – 02 august 2024;
- 2 rate (reducere 200 LEI): rata 1 = 2900 LEI la înmatriculare în perioada 30 iulie – 02 august 2024; **rata 2 = 2900 LEI**, data limită 31 ianuarie 2025;
- 3 rate: rata 1 = 2000 LEI la înmatriculare în perioada 30 iulie – 02 august 2024; **rata 2 = 2000LEI**, data limită 31 ianuarie 2025; **rata 3 = 2000 LEI**, data limită 31 mai 2025.

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

- Integral (reducere 250 LEI): 3750 LEI, data limită 31 octombrie 2024;
- 2 rate (reducere 150 LEI): rata 1 = 1900 LEI, data limită 31 octombrie 2024; **rata 2 = 1950 LEI**, data limită 31 ianuarie 2025;
- 3 rate: rata 1 = 1300 LEI, data limită 31 octombrie 2024; **rata 2 = 1300 LEI**, data limită 31 ianuarie 2025; **rata 3 = 1400 LEI**, data limită 31 mai 2025.



## 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**; pentru promoția 2023-2025;

Taxă de repetare a examenului de disertație – **200 LEI**; pentru promoția 2023-2025;

Taxă pentru susținerea examenului de disertație – **300 LEI**; pentru promoția 2024-2026;

Taxă de repetare a examenului de disertație – **300 LEI**; pentru promoția 2024-2026.

Pentru promoția 2024-2026 taxele se achită în conformitate cu Hotărârea Senatului nr. 38 din 5 iulie 2024 și Decizia Consiliului Facultății nr. 749 din 8 iulie 2024.

Pentru promoția 2023-2025 taxele se achită în conformitate Hotărârea Senatului nr. 18 din 15 mai 2023 și Decizia Consiliului Facultății nr. 641 din 27 iunie 2023.

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

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

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

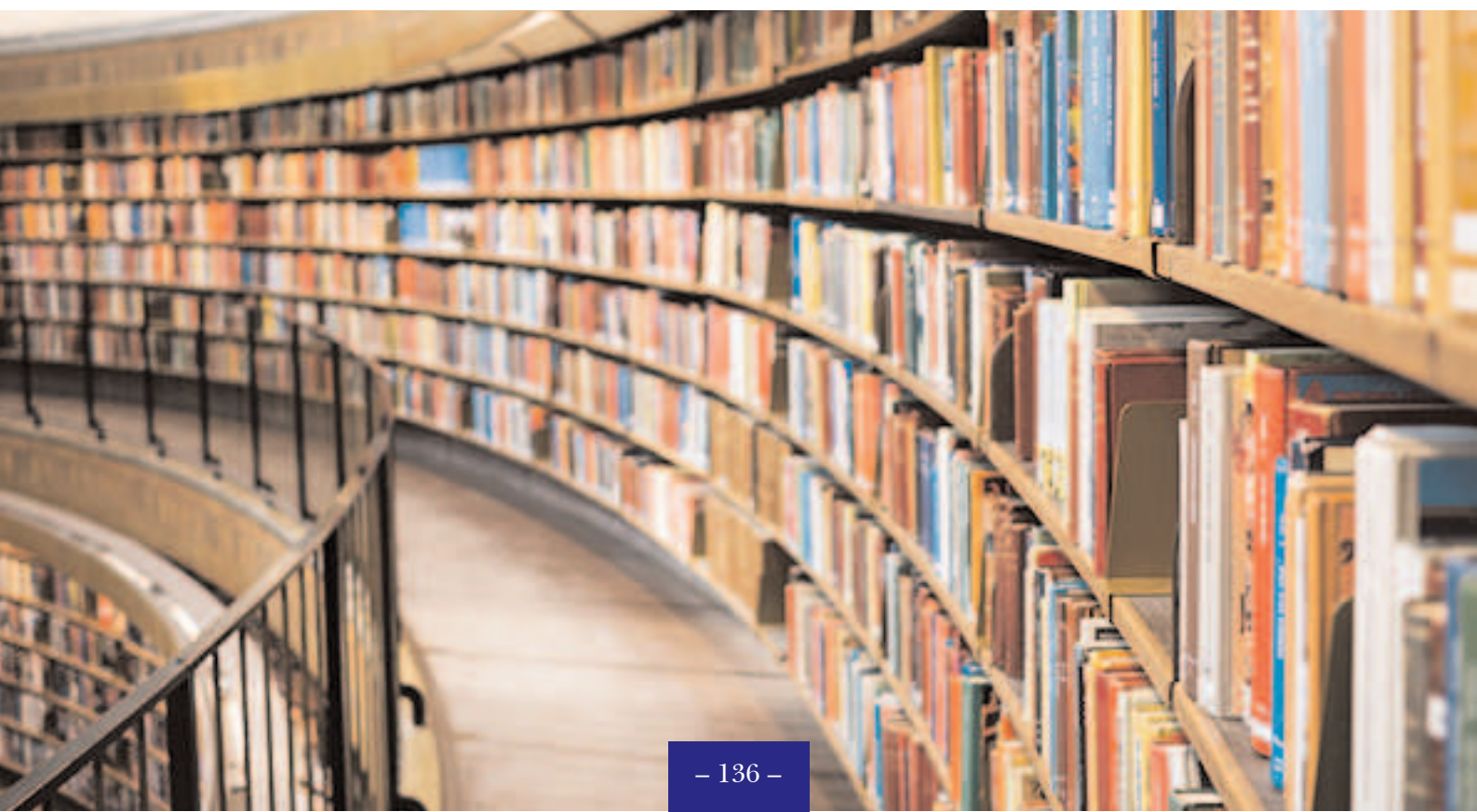
Pentru completarea ordinelor de plată vă rugăm să aveți în vedere următoarele informații financiare:

**Nume beneficiar** – SNSPA

**Bancă beneficiar** – BRD sucursala Victoria București

**CUI beneficiar** – 9510194

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





# ANEXA 5

## Localizarea sălilor

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

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



## EDITURA COMUNICARE.RO

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

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

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

**Pentru mai multe informații, accesați site-ul editurii: [www.edituracomunicare.ro](http://www.edituracomunicare.ro).**

### TITLURI DISPONIBILE:

Denisa-Adriana Oprea, Georgiana Udrea, *Teorii ale comunicării. Dinamici și tendințe* (tipărit și eBook), 2025.

Loredana Vladu, Mirela Pîrvan, *Management de proiect. Cum transformăm o idee bună într-un rezultat durabil* (tipărit și eBook), 2024.

Denisa-Adriana Oprea, Liri-Alienor Chapelan (editori), *Patterns of Miscommunication in Contemporary East-Central European Cinema* (tipărit și eBook), 2024.

Răzvan Mătășel, *Modele de publicitate. Caracteristici și evoluție. O analiză comparativă a abordărilor din mediul academic și a celor din industria de marketing și comunicare* (tipărit și eBook), 2024.

Mihaela Pană (coordonator), *DAMAGE CONTROL. A Guide for the Cyber Resilient Communicator* (tipărit și eBook), 2023.

Sebastian Fitzek, *Introduction to DATA SCIENCE. A PYTHON Path for a Non-computer Scientist* (eBook), 2023.

Liviu Rotman, Eugenia Mihalcea, Daniel Gheorghe (coordonatori), *Challenges of Modern Israel. Socio-Political Reality: Academic Perspectives*, 2022.

Branko Milanovic, *Capitalism – și numai capitalism. Viitorul sistemului care conduce lumea*, 2022.

Dan Florin Stănescu, Marius Constantin Romașcanu, *Triada Întunecata (Dark Triad) vs Triada Luminoasă (Light Triad) a personalității. Antecedente și efecte la nivel individual și organizațional*, 2022.

Florin Zeru, *Comunicarea guvernamentală din România prin intermediul rețelelor sociale. Să fii prezent unde este și publicul tău reprezintă o necesitate, nu o recomandare*, 2022.

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

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

- Ivan Krastev, Stephen Holmes, *Lumina frântă. De ce pierde Occidentul lupta pentru democrație*, 2021.
- Loredana Ivan, Adina Chelcea, Septimiu Chelcea, *Comunicarea nonverbală în interacțiunile cotidiene*, 2021.
- Georgiana Udrea, Loredana Vladu, *Patterns of Europeanization in Central and Eastern Europe*, 2021.
- Adrian Curaj, Diana-Maria Cismaru, Nicoleta Corbu, Cristina Fiț, Valeriu Frunzaru, Delia Gologan, Cezar Mihai Hâj, Anca Mărgineanu, Ana-Maria Stăvaru, Oana Ștefăniță, *Politici publice privind echitatea în învățământul superior: impactul burselor sociale și al locurilor speciale pentru absolvenții de licee din mediul rural*, 2020.
- Florin Abraham (ed.), *1989. Annus Mirabilis. Three Decades After: Desires, Achievements, Future*, 2020.
- Paul Dobrescu, *Dragonii dezvoltării. Revine istoria pe supercontinentul euroasiatic?*, 2020.
- Edward L. Bernays, *Cristalizarea opiniei publice*, ediția a 2-a, 2020.
- Fawaz A. Gerges, *Isis. O istorie*, 2019.
- Guy Verhofstadt, *Suferința Europei și redescoperirea idealului*, 2019.
- Loredana Radu, Paul Dobrescu, *Țară fără proiect. Dezvoltare inegală, subdezvoltare structurală*, 2019.
- Bianca-Florentina Cheregi, *Nation Branding in Post-Communist Romania. A semiotic approach*, 2018.
- Edward Luce, *Retragerea liberalismului occidental*, 2018.
- Henry Kissinger, *Despre China* (ediția a II-a), 2018.
- Ivan Krastev, *Post Europa*, 2018.
- Jakub J. Grygiel, A. Wess Mitchell, *Frontiera neliniștită. Rivali emergenți, aliați vulnerabili și criza puterii americane*, 2018.
- Julia Cagé, *Cum să salvăm media. Capitalism, finanțare participativă și democrație*, 2018.
- Oana Ștefăniță, Loredana Radu, Flavia Durach, *Patterns of contemporary development. Assessing challenges and opportunities*, 2018.
- Cătălina Grigorași, *Facebook, mișcări sociale și construcția unui spațiu public alternativ*, 2017.
- Florența Toader, *Profesionalizarea discursului politic în era social media*, 2017.
- Gillez Deleuze, Claire Parnet, *Dialoguri*, 2017.
- Ian Goldin, *În căutarea dezvoltării: creșterea economică, schimbările sociale și ideile*, 2017.
- John Peet, Anton La Guardia, *O Uniune nefericită. Cum poate fi soluționată criza monedei euro – și a Europei*, 2017.
- Mervyn King, *Sfârșitul alchimiei. Banii, băncile și viitorul economiei mondiale*, 2017.
- Simona Bonghez, *Din provocările unui manager de proiect. Faceți cunoștință cu Gogu!*, 2017.
- Yanis Varoufakis, *Minotaurul global. America, Europa și viitorul economiei globale*, 2017.
- Alexandra Zbucnea, Dimitrios Nikolaidis, *Responsible Entrepreneurship. Vision, Development and Ethics*, 2016.
- Alina Duduciuc, Loredana Ivan, Dan Florin Stănescu, *Comunicare și percepție socială*, 2016.
- Dan Luca, *Bruxelles european. Context românesc*, 2016.
- Oana Ștefăniță, *Uniunea Europeană, un trend în derivă?*, 2016.
- Paul Roberts, *Ghid pentru managementul proiectelor. Cum gestionăm corect proiectele pentru a obține beneficii durabile*, 2016.
- Paul Roberts, *Ghid pentru managementul proiectelor. Cum gestionăm corect proiectele pentru a obține beneficii durabile*, 2016.
- Raluca Buturoiu, *Noua eră a vechilor media. O analiză experimentală a efectelor produse de cadrajele media*, 2016.

- Sylvie Alemanno, Camelia Beciu, Denisa-Adriana Oprea, *Communications publiques et organisationnelles : intersections des saviors*, 2016.
- Thomas J. Christensen, *China ca provocare. Cum pot fi modelate alegerile unei puteri în ascensiune*, 2016.
- Tony Harcup, *Jurnalism. Principii și practici*, 2016.
- Tony Harcup, *Jurnalism. Principii și practici*, 2016.
- George Soros în dialog cu Gregor Peter Schmitz, *Tragedia Uniunii Europene. Dezintegrare sau renaștere?*, 2015.
- Immanuel Wallerstein, Randall Collins, Michael Mann, Georgi Derluguian, Craig Calhoun, *Are capitalismul un viitor?*, 2015.
- Ion Chiciudean, Monica Bîră, *The Europe we voted for: National and European topics of the 2014 election for the European Parliament*, 2015.
- Joseph S. Nye, Jr, *S-a sfârșit oare secolul american?*, 2015.
- Manuel Castells, *Comunicare și putere*, 2015.
- The Economist, *Lumea în cifre*, 2015.
- Wally Olins, *Brand New. Viitorul chip al brandurilor*, 2015.
- Alina Duduciuc, Loredana Ivan, Septimiu Chelcea, *Psihologie socială. Studiul interacțiunilor umane*, 2013.
- Paul Dobrescu, *Lumea cu două viteze. Puterile emergente și țările dezvoltate*, 2013.
- Paul Dobrescu, *Un deceniu cât un secol. Secolul lumii emergente*, 2013.
- Dan Berindei, *Românii între trecut și viitor*, 2012.
- Dominique Wolton, *Despre comunicare*, 2012.
- Dominique Wolton, *Internetul. O teorie critică a noilor media*, 2012.
- Ioan Hudiță, *Jurnal politic (3 august – 31 decembrie 1945)*, 2012.
- Jürgen Habermas, *Despre Constituția Europei. Un eseu*, 2012.
- Loredana Radu, *Criza economică în Uniunea Europeană. O perspectivă comunicatională*, 2012.
- Mircea Malița, *Biobibliografie*, 2012.
- Rusell Duncan, Joseph Goddard, *America astăzi*, 2012.
- Alina Bârgăoanu, *Examenul Schengen. În căutarea sferei publice europene*, 2011.
- Dumitru Iacob, Diana-Maria Cismaru, Remus Pricopie, *Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare*, ediția a 3-a, 2011.
- Ioan Hudiță, *Jurnal politic (7 martie – 2 august 1945)*, 2011.
- Ion Chiciudean, George David, *Managementul comunicării în situații de criză*, 2011.
- Nicoleta Corbu, Mădălina Boțan, *Telepreședinții. Radiografia unei campanii electorale*, 2011.
- Remus Pricopie, Valeriu Frunzaru, Nicoleta Corbu, Loredana Ivan, Alina Bârgăoanu, *Acces și echitate în învățământul superior din România. Dialog cu elevii și studenții*, 2011.
- Vasile Băncilă, *Nae Ionescu. Un cavaler prestant al spiritului*, 2011.
- Constantin Hlihor, Ecaterina Hlihor, *Comunicarea în conflictele internaționale (Secolul XX și începutul secolului XXI)*, 2010.
- Dumitru Iacob, Diana-Maria Cismaru, *Organizația inteligentă. Zece teme de managementul organizațiilor*, ediția a 2-a, 2010.
- Ioan Hudiță, *Jurnal politic (1 februarie 1943 – 31 decembrie 1943)*, 2010.
- Remus Pricopie, *Participarea publică. Comunicare pentru dezvoltare durabilă*, 2010.
- Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom, *Relații publice eficiente*, ediția a 9-a, 2010.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. IX, Polemice și politice, 1911–1912)*, 2010.

- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. VII, Polemice și politice, 1887–1900)*, 2010.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. VIII, Polemice și politice, 1905–1907)*, 2010.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. X, Operele științifice, 1878–1912)*, 2010.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. XI, Scrisori)*, 2010.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. XII, Bibliografie și Index)*, 2010.
- Wally Olins, *Noul ghid de identitate Wolff Olins*, ediția a 2-a, 2010.
- Camelia Beciu, Ioan Drăgan, Dana Popescu-Jourdy, Odile Riondet, *Cultures et communication. Regards croisés sur les pratiques*, 2009.
- Dan Berindei, *În mijlocul cetății*, 2009.
- Dan Petre, Mihaela Nicola, *Introducere în publicitate*, ediția a 2-a, 2009.
- Elisabeth Noelle-Neumann, *Spirala tăcerii. Opinia publică – învelișul nostru social*, 2009.
- Ioan Hudiță, *Jurnal politic (1 martie 1942 – 31 ianuarie 1943)*, 2009.
- Ion Hangiu, *Presa românească de la începuturi până în prezent. Dicționar cronologic 1790–2007 (Vol. IV, 1989–2007)*, 2009.
- Ion Hangiu, *Presa românească de la începuturi până în prezent. Dicționar cronologic 1790–2007 (Vol. III, 1945–1989)*, 2009.
- Ion Hangiu, *Presa românească de la începuturi până în prezent. Dicționar cronologic 1790–2007 (Vol. II, 1917–1944)*, 2009.
- Ion Hangiu, *Presa românească de la începuturi până în prezent. Dicționar cronologic 1790–2007 (Vol. I, 1790–1916)*, 2009.
- Joseph R. Dominick, *Ipostazele comunicării în masă. Media în era digitală*, 2009.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. I, Oficiale, 1884–1888, 1897–1899)*, 2009.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. II, Oficiale, 1901–1904)*, 2009.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. III, Oficiale, 1907–1910)*, 2009.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. IV, Parlamentare, 1895–1899)*, 2009.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. V, Parlamentare, 1901–1904)*, 2009.
- Spiru C. Haret, *Opere complete (Vol. VI, Parlamentare, 1907–1911)*, 2009.
- Walter Lippmann, *Opinia publică*, 2009.
- David Macey, *Dicționar de teorie critică*, 2008.
- Ovidiu Caraiani (coordonator), *Dreptate sau moralitate? O introducere în filozofia politică a lui John Rawls*, 2008.
- Remus Pricopie, Irina Stănciugelu, Mihaela Alexandra Ionescu, *Relații publice în școli. Încredere și parteneriat comunitar*, 2008.
- Septimiu Chelcea, Loredana Ivan, Adina Chelcea, *Comunicarea nonverbală. Gesturile și postura*, 2008, ediția a 2-a.
- Constantin Schifirneț, *Formele fără fond, un brand românesc*, 2007.
- Dorina Guțu, *Războiul din Irak și războiul de acasă. O campanie prezidențială americană*, 2007.
- Gabriel Tarde, *Opinia și mulțimea*, 2007.
- Paul Dobrescu, Alina Bârgăoanu, Nicoleta Corbu, *Istoria comunicării*, 2007.
- Ralf Leinemann și Elena Baikalțeva, *Eficiența în relațiile publice*, 2007.
- William K. Cummings, *Instituții de învățământ. Un studiu comparativ asupra dezvoltării învățământului în Germania, Franța, Anglia, SUA, Japonia, Rusia*, 2007.
- Dragoș Iliescu, *Metodologia Q*, 2005.
- Ion Ianoși, *Studii de filosofie a artei*, 2005.
- Alexandrina-Corina Andrei, *Everyday English*, 2004.

Anne-Marie Codrescu, Nicoleta Tănase, *Le Français au quotidien*, 2004.  
Constantin Schifirneț, *Sociologie*, 2004.

### **REVISTA ROMÂNĂ DE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE:**

Revista română de comunicare și relații publice nr. 62 (2/2024)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 61 (1/2024)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 60 (3/2023)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 59 (2/2023)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 58 (1/2023)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 57 (3/2022)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 56 (2/2022)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 55 (1/2022)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 54 (3/2021)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 53 (2/2021)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 52 (1/2021)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 51 (3/2020)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 50 (2/2020)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 49 (1/2020)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 48 (3/2019)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 47 (2/2019)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 46 (1/2019)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 45 (3/2018)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 44 (2/2018)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 43 (1/2018)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 42 (3/2017)  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 41  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 40  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 39  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 38  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 37  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 36  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 35  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 34  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 33  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 32  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 31  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 30  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 29  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 26  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 25  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 24  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 23  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 22  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 21  
Revista română de comunicare și relații publice nr. 20

- Revista română de comunicare și relații publice nr. 17
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 16
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 14
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 13
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 12
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 9
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 8
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 6-7
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 4-5
- Revista română de comunicare și relații publice nr. 2-3

TEME DE INTERES – CERCETĂRI RIGUROASE – ABORDĂRI ORIGINALE

eLibrary@SNSPA  
www.elibrary.snsps.ro

LANSARE: PROBLEMELE PUBLICE, BOOKFEST

Problemele publice Lansare: Problemele publice, Bookfest

00:00 02:47



NEWSLETTER

E-mail

ABONEAZĂ-TE

# ANEXA 7

## Formular de înscriere la disertație

sesiunea .....

Subsemnatul(a), .....  
student(ă) la Facultatea de Comunicare și Relații Publice, anul absolvirii ....., studii  
studii universitare de masterat, specializarea .....  
....., vă rog a-mi aproba înscrierea  
la sesiunea de susținere a disertației 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:

.....

Doamnei Decan a Facultății de Comunicare și Relații Publice





# ANEXA 8

## Contacte

### BUCUREȘTI

Adresa:

Secretariat IFR

adrese e-mail:

telefon:

Bd. Expoziției, nr. 30A

MCRP, MRU – [madalina.ion@comunicare.ro](mailto:madalina.ion@comunicare.ro)

MCA, MP – [monica.cercelaru@comunicare.ro](mailto:monica.cercelaru@comunicare.ro)

0372.249.769



**SUCCES  
ÎN NOUL  
SEMESTRU!**

