**fişa disciplinei**

**1. Date despre program**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1 Instituţia de învăţământ superior | Universitatea Babeș-Bolyai |
| 1.2 Facultatea | Științe Politice, Administrative și ale Comunicării |
| 1.3 Departamentul | Comunicare, Relații Publice și Publicitate |
| 1.4 Domeniul de studii | Științele comunicării |
| 1.5 Ciclul de studii | Licență |
| 1.6 Programul de studiu / Calificarea | Comunicare și Relații Publice |

**2. Date despre disciplină**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei | | | **Comunicare internă în organizații** | | | | | | |
| 2.2 Titularul activităţilor de curs | | | | | Prof. Univ. Dr. Ioan Hosu | | | | |
| 2.3 Titularul activităţilor de seminar | | | | | Asist. Asoc. Dr. Andreea Voina | | | | |
| 2.4 Anul de studiu | II | 2.5 Semestrul | | 3 | | 2.6. Tipul de evaluare | E | 2.7 Regimul disciplinei | DS/ DO |

**3. Timpul total estimat** (ore pe semestru al activităţilor didactice)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | 4 | | Din care: 3.2 curs | | 2 | 3.3 seminar/laborator | 2 |
| 3.4 Total ore din planul de învăţământ | 56 | | Din care: 3.5 curs | | 28 | 3.6 seminar/laborator | 28 |
| Distribuţia fondului de timp: | | | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | | | | | | | 56 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren | | | | | | | 30 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri | | | | | | | 30 |
| Tutoriat | | | | | | | 4 |
| Examinări | | | | | | | 6 |
| Alte activităţi: .................. | | | | | | | 0 |
| 3.7 Total ore studiu individual | | 70 | |
| 3.8 Total ore pe semestru | | 154 ore conv. | |
| 3.9 Numărul de credite | | 6 | |

**4. Precondiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 de curriculum | * Nu este cazul |
| 4.2 de competenţe | * Nu este cazul |

**5. Condiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1 De desfăşurare a cursului | Conform Art. 29, alin. (1) din STATUTUL STUDENTULUI din Universitatea Babeș-Bolyai, *prezența studenților la cursuri este facultativă.* |
| 5.2 De desfăşurare a seminarului/laboratorului | Conform Art. 29, alin. (2) din STATUTUL STUDENTULUI din Universitatea Babeș-Bolyai, *prezența studenților la seminarii este obligatorie în proporție de 75%*. |

**6. Competenţele specifice acumulate**

|  |  |
| --- | --- |
| **Competenţe profesionale** | * Identificarea și descrierea mediului comunicațional în care organizațiile naționale sau locale își globalizează activitatea * Adaptarea instrumentelor tehnice, tactice și strategice de RP la internaționalizarea activității organizațiilor naționale sau locale * Măsurarea percepției publice a imaginii unei organizații în contextul globalizării, cu ajutorul sondajelor de opinie, al analizei statistice și al analizei calitative * Crearea mai multor variante pentru aceeași imagine publică internațională a unei organizații * Crearea și utilizarea de instrumente de cercetare a unor elemente de comunicare internă * Capacitatea de a alege strategiile comunicaționale optime pentru a păstra un nivel ridicat al motivației, creativității, eficienței, simțului apartenenței din partea angajaților |
| **Competenţe transversale** | * Abordarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât şi practică - a unor situaţii-problemă complexe, cu grad mediu de complexitate, în vederea soluţionării eficiente și deontologice a acestora. * Autoevaluarea obiectivă a nevoii de formare profesională în scopul inserţiei şi a menţinerii adaptabilităţii la cerinţele pieţei muncii * Capacitatea de documentare și de selecție a materialelor credibile pe o temă dată. * Capacitatea de sinteză și analiză. |

**7. Obiectivele disciplinei** (reieşind din grila competenţelor acumulate)

|  |  |
| --- | --- |
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | * Dezvoltarea capacității de analiză a unor elemente de comunicare internă ale organizațiilor locale sau globale în vederea optimizării proceselor de muncă ce presupun cooperarea între membri. |
| 7.2 Obiectivele specifice | * Aplicarea criteriilor, metodelor si modelelor de evaluare folosite în managementul comunicării şi relaţiilor publice * Întocmirea de planificări strategice pentru gestionarea unor disfuncționalități de comunicare și RP * Elaboarea unor proiecte de investigație și intervenție în domeniul comunicării interne |

**8. Conţinuturi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 8.1 Curs | Metode de predare | Observaţii |
| Introducere. Organizaţii, instituţii, tipuri de organizaţii. | Prezentare, expunere, discuţii şi dezbateri |  |
| Strategii de comunicare în medii organizaţionale. | Prezentare, expunere, discuţii şi dezbateri |  |
| Climatul organizaţional. | Prezentare, expunere, discuţii şi dezbateri |  |
| Cultură şi comunicare. Cultură organizaţională şi cultură naţională. | Prezentare, expunere, discuţii şi dezbateri |  |
| Cultură şi comunicare. Elemente ale culturii, tipuri de cultură | Prezentare, expunere, discuţii şi dezbateri |  |
| Analiză și evaluare | Prezentare, expunere, discuţii şi dezbateri |  |
| Leadership. Stiluri de conducere. | Prezentare, expunere, discuţii şi dezbateri |  |
| Management vs leadership. Abilități ale liderului. | Prezentare, expunere, discuţii şi dezbateri |  |
| Management al informaţiei | Prezentare, expunere, discuţii şi dezbateri |  |
| Motivare și satisfacție în organizații | Prezentare, expunere, discuţii şi dezbateri |  |
| Comunicarea formală | Prezentare, expunere, discuţii şi dezbateri |  |
| Rețele informale (”the company behind the chart”) | Prezentare, expunere, discuţii şi dezbateri |  |
| Rețele de comunicare | Prezentare, expunere, discuţii şi dezbateri |  |
| Sinteza materialului didactic | Prezentare, expunere, discuţii şi dezbateri |  |
| Bibliografie  W. Richard Scott. Instituţii şi organizaţii, Iaşi: Polirom, 2004  Ştefan Stanciu şi Mihaela Alexandra Ionescu. Cultură şi comportament organizaţional, Bucureşti: comunicare.ro, 2005  Ervin Goffman. Aziluri, Iaşi: Polirom, 2004, capitolul Despre caracteristicile instituţiilor totale, pp. 13-115, disponibil prin comandă pe www.polirom.ro  Dumitru Iacob, Diana Cismaru. Comunicare managerială şi relaţii publice, suport de curs  Geert Hofstede. Culture’s consequences, 1980, London: Sage, disponibilă parţial pe http://books.google.com/ sau la Biblioteca Central Universitară, P-ţa Lucian Blaga  Hofstede, G, Neuijen, B, Daval Ohayv, D., Sanders, G. Measuring organizational cultures: a qualitative and quantitative study across twenty cases. Administrative Science Quarterly, Vol. 35, 1990  Van Maanen, J., Schein, E.H. Toward a Theory of Organizational Socialization, MIT  Ioan Hosu, Mihai Deac. Schimbare organizațională și comunicare internă, în The Proceedings of the Communication,  context,  interdisciplinarity Congress, vol.2, Editura Universității Petru Maior, Târgu-Mureș, 2012, ISSN 2069 – 3389, ISI Proceedings, pp. 50-56 | | |
| 8.2 Seminar / laborator | Metode de predare | Observaţii |
| 1. Organizaţii, tipuri de organizaţii, organizaţii totale | Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție. |  |
| 1. Cultură organizaţională şi cultură naţională | Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție. |  |
| 1. Cultură organizaţională, tipuri de cultură, elemente ale culturii, cultura profesională a publicitarilor și comunicatorilor | Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție. |  |
| 1. Cultură organizaţională, tipuri de cultură, elemente ale culturii, cultura profesională a publicitarilor și comunicatorilor | Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție. |  |
| 1. Socializare organizațională – tactici, dificultăți. | Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție. |  |
| 1. Stiluri de conducere | Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție. |  |
| 1. Testare scrisă | Evaluare |  |
| 1. Motivație și satisfacția angajatului | Demonstrație prin experiment. Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție. |  |
| 1. Formal și informal în organizații | Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție. |  |
| 1. Spațiu fizic organizațional. | Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție. |  |
| 1. Muncă în echipă, creativitate în echipe de lucru | Demonstrație prin experiment. Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție. |  |
| 1. Brainstorming | Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție. |  |
| 1. Gender în organizații | Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție. |  |
| 1. Elaborare referat | Evaluare |  |
| Bibliografie  Abendroth, A. K., Meltzer, S., Kalev, A., Tomaskovic-Devey, D. (2017). Women at work: Women’s access to power and the gender earnings gap. *ILR Review, 70*(1), 190-222.  Balint, J. *Considerente privind cultura organizațională. Studiu de caz la Banc Post-Oradea*  Boca, D. C. (2013). *Influența dimensiunilor culturii naționale asupra comportamentului consumatorului*  Cunliffe, A. L. (2008). Organization culture. In *Organization theory* (pp. 56-74). London: Sage Publications Ltd.  Cunliffe, A. L. (2008). Organization structure and design. In *Organization theory* (pp. 25-42). London: Sage Publications Ltd.  De Mooij, M. (1999). Mapping cultural values for global marketing and advertising. In *International advertising: Realities and Myths* (pp. 681-703)  De Mooij, M. (2003). Convergence and divergence in consumer behavior: implications for global advertising. *International Journal of Advertising, 22,* 183-202.  De Mooij, M. (2010). Mental processes across cultures: Implications for branding and communication. *Communicative Business, 1,* 27-49.  De Mooij, M. (2010). Tailoring your strategy to fit the culture. *IESEinsight, 5,* 23-30.  De Mooij, M. (2017). Comparing dimensions of national culture for secondary analysis of consumer behavior data of different countries. *International Marketing Review, 34*(3), 444-456.  De Mooij, M., Hofstede, G. (2010). The Hofstede model: Applications to global branding and advertising strategy and research. *International Journal of Advertising, 29*(1), 85-110.  De Mooij, M., Hofstede, G. (2011). Cross-cultural consumer behavior: A review of research findings. *Journal of International Consumer Marketing, 23,* 181-192.  Diefenbach, T., Sillince, J. A. A. (2011). Formal and informal hierarchy in different types of organizations. *Organization Studies, 32,* 1515-1537.  Enache, I. *Planificarea și organizarea serviciilor de bibliotecă,* disponibil online la http://ebooks.unibuc.ro/StiinteCOM/planif/4.htm  Goffman, E. *Characteristics of total institutions*  Goodrich, K., de Mooij, M. (2014). How ‘social’ are social media? A cross-cultural comparison of online and offline purchase decision influences. *Journal of Marketing Communications, 20,* 103-116.  Gruman, J. A., Saks, A. M. (2011). Socialization preferences and intentions: Does one size fit all? *Journal of Vocational Behavior, 79,* 419-427.  Halford, S. (2004). Towards a sociology of organizational space. *Sociological Research Online, 9*(1).  Halford, S. (2008). Sociologies of space, work and organisation: From fragments to spatial theory. *Sociology Compass, 2,* 1-19.  Hofstede, G. (1995). Insurance as a product of national values. *The Geneva Papers on Risk and Insurance, 20*(77), 423-429.  Hofstede, G. (1998). Identifying organizational subcultures: An empirical approach. *Journal of Management Studies, 35*(1), 1-12.  Hofstede, G., Neuijen, B., Ohayv, D. D., Sanders, G. (1990). Measuring organizational cultures: A qualitative and quantitative study across twenty cases. *Administrative Science Quarterly, 35,* 286-316.  Iacob, D., Cismaru, D. M. *Stiluri de conducere și comunicare* (pp. 12-21)  Isaksen, S. G. (1998). *A review of brainstorming research: Six critical issues for inquiry.* Buffalo: Creative Problem Solving Group.  Korte, R., Lin, S. (2013). Getting on board: Organizational socialization and the contribution of social capital. *Human Relations, 66,* 407-428.  Krackhardt, D., Hanson, J. R. (1993). Informal networks: The company. *Harvard Business Review*, 104-111.  Laloux, F. (2017). Organizația reinventată: un ghid pentru crearea organizațiilor inspirate de stadiul următor al conștiinței umane. București: Editura Vellant.  Leovaridis, C., Cismaru, D. M. (2016). Characteristics of organizational culture and climate in knowledge-intensive organizations. *Revista română de comunicare și relații publice, 16*(2), 35-56.  Litwin, A. H., Hallstein, L. O. (2007). Shadows and silences: How women’s positioning and unspoken friendship rules in organizational settings cultivate difficulties among some women at work. *Women’s Studies in Communication, 30*(1), 111-142.  Meeuwesen, L., van den Brink-Muinen, A., Hofstede, G. (2009). Can dimensions of national culture predict cross-national differences in medical communication? *Patient Education and Counseling, 75,* 58-66.  Meyer, E. (2014). The culture map: Decoding how people think, lead, and get things done across cultures. New York: PublicAffairs.  Minkov, M., Hofstede, G. (2012). Hofstede’s fifth dimension: New evidence from the World Values Survey. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 43*(1), 3-14.  Minkov, M., Hofstede, G. (2014). A replication of Hofstede’s uncertainty avoidance dimension across nationally representative samples from Europe. *International Journal of Cross Cultural Management, 14*(2), 161-171.  Minkov, M., Hofstede, G. (2014). Clustering of European regions on measures of values: Do Europe’s countries have national cultures? *Cross-Cultural Research, 48*(2), 144-176.  Paulus, P. B., Yang, H. C. (2000). Idea generation in groups: A basis for creativity in organizations. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 82*(1), 76-87.  Pfeffer, J. (2007). Human resources from an organizational behavior perspective: Some paradoxes explained. *Journal of Economic Perspectives, 21*(4), 115-134.  Pfeffer, J. (2010). Building sustainable organizations: The human factor. *Academy of Management Perspectives, February,* 34-45.  Pfeffer, J. (2013). You’re still the same: Why theories of power hold over time and across contexts. *The Academy of Management Perspectives, 27*(4), 269-280.  Roco, M. (2002). Management și inteligență emoțională. *Revista de psihologie organizațională, II*(1), 39-50.  Smith, P. B. (2011). Communication styles as dimensions of national culture. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 42*(2), 216-233.  Spangler, W. D., Tikhomirov, A., Sotak, K. L., Palrecha, R. (2014). Leader motive profiles in eight types of organizations. *The leadership quarterly, 25,* 1080-1094.  Van Maanen, J., Schein, E. H. *Toward a theory of organizational socialization* | | |

**9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului**

|  |
| --- |
| Practic, conținuturile disciplinei sunt relevante pe două planuri:   * Ca angajați în orice domeniu, absolvenții vor reuși să înțeleagă mai bine relațiile dintre ei înșiși, colegi și superiori ierarhici. * Ca angajați cu sarcini pe partea de management al comunicării interne, absolvenții vor putea să mărească productivitatea, satisfacția și simțul apartenenței din partea angajaților, utilizând metode de comunicare internă. De asemenea, creativitatea fiind un criteriu important pentru domeniul publicității, absolvenții vor fi pregătiți să furnizeze cele mai eficiente metode de producție de idei în grup sau individual.   În acest sens, disciplina este relevantă în raport cu așteptările angajatorilor. |

**10. Evaluare**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
| 10.4 Curs | Examen | Evaluare tip examen scris, redacțional | 50% |
| 10.5 Seminar/laborator | Activitate | Evaluarea activității bazate pe lecturile săptămânale de la seminar. | 10% |
| Examen | Evaluare tip test scris, conținând întrebări practice cu referire la materialele discutate la seminar. | 20% |
| Referat | Evaluare tip referat scris, de tip sinteză teoretică, pe o temă la alegere. | 20% |
| **Nota finală reprezintă media notelor obținute la curs și la seminar, iar pentru promovarea materiei este obligatoriu ca fiecare dintre cele două note să fie minim 5.** | | | |
| 10.6 Standard minim de performanţă | | | |
| Standarde minimale curs: realizarea unor răspunsuri coerente, argumentate, la probleme specifice ale cursului.  Standarde minimale activitate: studentul relatează coerent despre și dovedește că a parcurs minim 5 dintre materialele propuse în bibliografia seminarului.  Standarde minimale test scris seminar: studentul alege soluția cea mai fezabilă pentru comunicarea internă în cel puțin jumătate dintre problemele pe care le primește.  Standarde minimale referat: studentul este capabil să sintetizeze și să analizeze critic informația din cel puțin 4 surse bibliografice credibile, actuale și variate pe tema aleasă și produce un material original. | | | |

Data completării Semnătura titularului de curs Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2019 ............................... .................... ...............

Data avizării în departament Semnătura directorului de departament

........................................... …............................