

## Fișa disciplinei

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj Napoca
1.2. Facultatea	Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
1.3. Departamentul	Comunicare, Relații Publice și Publicitate
1.4. Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licenta
1.6. Programul de studii / Calificarea	Comunicare, Relatii Publice si Pulicitate
1.7. Forma de învățământ	ZI

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		Responsabilitate socială corporatistă			Codul disciplinei	ULR4538		
2.2. Titularul activităților de curs – Coordonatorul de disciplină				Lector dr. Veronica Ioana ILIEȘ				
2.3. Titularul activităților de seminar / laborator / proiect – asistent				Lector dr. Veronica Ioana ILIEȘ				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	V	2.6. Tipul de evaluare	Examen	2.7. Regimul disciplinei	Conținut	Felul disciplinei DS
							Obligativitate	DA

### 3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână – forma cu frecvență	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/ laborator/ proiect	1
3.4. Total ore pe semestru	42	din care: 3.5. curs	<b>28</b>	3.6. seminar	<b>14</b>
<b>3.9. Numărul de credite</b>	<b>5</b>				

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Înscrierea la cursul de Responsabilitate socială corporatistă este condiționată de parcurgerea cunostinte legate de domeniul comunicării și relațiilor publice
4.2. de competențe	Capacitatea de analiză și sinteză, muncă în echipă, realizarea și implementarea de campanii responsabilitate socială

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Nu e cazul
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	Nu e cazul

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Înțelegerea și utilizarea limbajului de specialitate din științele comunicării;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) proprii domeniului comunicării;</li> <li>• Dezvoltarea abilităților de analiză și de utilizare a instrumentelor, metodelor, tehnicilor și strategiilor specifice domeniului relațiilor publice;</li> <li>• Realizarea și promovarea unor produse specifice relațiilor publice; Realizarea și promovarea unei campanii de responsabilitate socială care presupune sarcini de complexitate medie</li> <li>• Dezvoltarea abilităților de analiză a diferitelor tipuri de audiență și tipuri de media;</li> <li>• Dezvoltarea abilităților de analiză și concepție a campaniilor de relații publice și responsabilitate socială corporatistă</li> </ul>
Competențe transversale	<p>Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă într-o echipă multidisciplinară, cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;</li> <li>• Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii</li> </ul>

## 7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Realizarea și implementarea unor campanii de CSR în urma cunoștințelor teoretice și practice dobândite pe parcursul orelor de curs și seminar
7.2. Obiectivele specifice	Familiarizarea studenților cu conceptul și procesul de CSR Integrarea conceptului și procesului de CSR în agenda companiilor moderne. Dobândirea cunoștințelor necesare completării întregii formări pe care Departamentul de Comunicare și Relații Publice, din cadrul Facultății de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării i le oferă ca viitor specialist în comunicare, relații publice și publicitate

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observatii
1. CSR – corporații multinaționale, globalizare, responsabilitate și responsabilizare (1)	Prezentare orală + multimedia	2 h
1. CSR – corporații multinaționale, globalizare, responsabilitate și responsabilizare (2)	Prezentare orală + multimedia	2 h
2. Istoricul responsabilității sociale corporatiste	Prezentare orală + multimedia	2 h
3. CSR – conceptualizare	Prezentare orală + multimedia	2 h
4. CSR – viziune actuală	Prezentare orală + multimedia	2 h

5. CSR – argumente pro, argumente contra și critici	Prezentare orală + multimedia	2 h
6. CSR – teorii și modele clasice	Prezentare orală + multimedia	2 h
7. CSR – în contextul dezvoltării durabile	Prezentare orală + multimedia	2 h
8. CSR – strategii și practici de acțiune	Prezentare orală + multimedia	2 h
9. CSR – în Europa, în România, în Cluj-Napoca	Prezentare orală + multimedia	2 h
10. CSR – și relații publice (PR); rolul PR-ului în activitatea de CSR sau CSR-ul ca instrument de PR	Prezentare orală + multimedia	2 h
11. CSR – pașii unei campanii	Prezentare orală + multimedia	2 h
12. Recapitulare		2 h
<p>Bibliografie:</p> <p>Obligatorie:</p> <p><b>Veronica Ioana Ilieș</b>, „Relațiile Publice și Responsabilitatea Socială Corporatistă: teorie și acțiune socială”, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2012, ISBN 978-973-595-367-6</p> <p><b>BIBLIOGRAFIE ORIENTATIVĂ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Collins Jim, Porras Jerry. (2006), <i>Afaceri clădite să dureze. Obiceiurile de succes ale companiilor vizionare</i>, Curtea veche: București.</li> <li>Crăciun Dan. (2005). <i>Etica în afaceri. O scurtă introducere</i>, ASE: București.</li> <li>Diaconu Bogdan. (2009), <i>Etica Societății instituționalizate. Trei dimensiuni ale responsabilității sociale: legea, statul și mediul de afaceri</i>, Curtea veche: București.</li> <li>Peter Drucker. (2001). <i>Management: tasks, responsibilities, practices</i>, Butterworth-Heinmann, Linacre House, Jordan Hill, Oxford.</li> <li>Drucker Peter. (2004). <i>Managementul viitorului</i>, ASAB: București.</li> <li>Kotler Philip, Lee Nancy. (2005), <i>Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good for your Company and your Cause</i>, Published by John Wiley &amp; Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.</li> <li>Oprea Luminița. (2005). <i>Responsabilitate socială corporatistă</i>, Tritonic: București.</li> <li>Popescu A. Ion, Bondrea A. Aurelian, Constantinescu I. Mădălina. (2005). <i>Dezvoltarea Durabilă, o perspectivă românească</i>, Editura Economică, București.</li> <li>Somerville Ian, Wood Emma. (2004). <i>Business ethics, public relations and corporate social responsibility</i>, în Alison Theaker. <i>The public Relation Handbook</i>, Routledge, New York.</li> <li>Vasile Cristina Mioara. (2009). <i>Autoritatea managerială și un nou model de guvernare corporativă</i>, Ed. ASE, București.</li> <li>Werner Klaus, Weiss Hans. (2004), <i>Nona Carte neagră a firmelor de marcă. Intrigile concernelor internaționale</i>, Aquila: București.</li> <li>Young Stephen. 2009. <i>Capitalismul moral. O reconciliere a interesului privat cu binele public</i>, București, Ed. Curtea Veche.</li> <li>Zamfir Cătălin, Stănescu Simona (coord.). 2007. <i>Enciclopedia Dezvoltării Sociale</i>, Ed. Polirom, Iași.</li> </ol>		

8.2. Seminar	Metode de predare	Observatii
1. Introducere în cerințele seminarului	Interacțiune și dialog în cadrul seminarului	2 ore
2. Aprofundarea discuției legate de conceptul de globalizare	Dezbateri și deiscuții deschise	2 ore
3. Expunerea studiilor realizate privind procesul de globalizare din diferite puncte de vedere (economic, politic, social etc)	Dezbateri și deiscuții deschise	4
4. Aprofundarea temei CSR argumente pro, contra și critici	Dezbateri și deiscuții deschise	2
5. Aprofundarea și exemplificarea subiectului CSR – strategii și practici de acțiune	Dezbateri și deiscuții deschise	2
6. Dezbateri pe tema CSR în orașul Cluj-Napoca	Dezbateri și deiscuții deschise	2
<p>Bibliografie:</p> <p>SUPPORT DE CURS</p> <p><b>Veronica Ioana Ilieș</b>, Responsabilitate socială corporatistă, Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca (suport de curs publicat în <b>Veronica Ioana Ilieș</b> „Relațiile Publice și Responsabilitatea Socială Corporatistă: teorie și acțiune socială”, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2012, ISBN 978-973-595-367-6)</p> <p>BIBLIOGRAFIE ORIENTATIVĂ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Collins Jim, Porras Jerry. (2006), <i>Afaceri clădite să dureze. Obiceiurile de succes ale companiilor vizionare</i>, Curtea veche: București.</li> <li>Crăciun Dan. (2005). <i>Etica în afaceri. O scurtă introducere</i>, ASE: București.</li> <li>Diaconu Bogdan. (2009), <i>Etica Societății instituționalizate. Trei dimensiuni ale responsabilității sociale: legea, statul și mediul de afaceri</i>, Curtea veche: București.</li> <li>Peter Drucker. (2001). <i>Management: tasks, responsibilities, practices</i>, Butterworth-Heinmann, Linacre House, Jordan Hill, Oxford.</li> <li>Drucker Peter. (2004). <i>Managementul viitorului</i>, ASAB: București.</li> <li>Kotler Philip, Lee Nancy. (2005), <i>Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good for your Company and your Cause</i>, Published by John Wiley &amp; Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.</li> <li>Oprea Luminița. (2005). <i>Responsabilitate socială corporatistă</i>, Tritonic: București.</li> <li>Popescu A. Ion, Bondrea A. Aurelian, Constantinescu I. Mădălina. (2005). <i>Dezvoltarea Durabilă, o perspectivă românească</i>, Editura Economică, București.</li> <li>Somerville Ian, Wood Emma. (2004). <i>Business ethics, public relations and corporate social responsibility</i>, în Alison Theaker. <i>The public Relation Handbook</i>, Routledge, New York.</li> <li>Vasile Cristina Mioara. (2009). <i>Autoritatea managerială și un nou model de guvernanță corporativă</i>, Ed. ASE, București.</li> <li>Werner Klaus, Weiss Hans. (2004), <i>Noua Carte neagră a firmelor de marcă. Intrigile concernelor internaționale</i>, Aquila: București.</li> </ol>		

12. Young Stephen. 2009. *Capitalismul moral. O reconciliere a interesului privat cu binele public*, București, Ed. Curtea Veche.  
 Zamfir Cătălin, Stănescu Simona (coord.). 2007. *Enciclopedia Dezvoltării Sociale*, Ed. Polirom, Iași.

**9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunităților epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului**

Implicarea în activități de responsabilitate socială a corporațiilor, atât de necesare în economia actuală și în viața socială în general

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
<b>10.4 curs</b>	- evaluarea cunoștințelor teoretice legate de conceptul de responsabilitate socială corporatistă și elementele specifice domeniului	Examen de tip grilă	60%
<b>10.5. seminar</b>	- evaluarea realizării unei campanii de CSR reală	Proiect scris și prezentat	40%

**10.6. Standard minim de performanță**

La finalul semestrului studentii trebuie să înțeleagă și să utilizeze corect conceptul de responsabilitate socială corporatistă, trebuie să aibă capacitatea de a analiza o campanie de CSR reală și să poată realiza un plan corect și coerent de campanie de CSR. De asemenea studentul trebuie să dobândească capacitatea de a corela elementele specifice CSR-ului cu cele ale PR-ului

Coordonator de disciplină, nume, prenume și semnatura

Lector dr. Veronica Ioana Ilieș  
 Data: aprilie 2018

Prof. Univ. Dr. Ioan Hosu, directorul DCRPP