

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ 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 Ciclu de studii	Licență
1.6 Programul de studiu / Calificarea	Publicitate

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	COMUNICARE INTERNĂ ÎN ORGANIZAȚII (ULR4314)						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. Univ. Dr. Ioan Hosu						
2.3 Titularul activităților 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 activităților 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 învățământ	56	Din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					56
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					4
Examinări					6
Alte activități:					0
3.7 Total ore studiu individual		70			
3.8 Total ore pe semestru		154 ore conv.			
3.9 Numărul de credite		4			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Nu este cazul
4.2 de competențe	• Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. Competențele specifice acumulate

Competențe 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
Competențe transversale	- Abordarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații-problemă complexe, cu grad mediu de complexitate, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. - Autoevaluarea obiectivă a nevoii de formare profesională în scopul inserției și a menținerii adaptabilității la cerințele pieței muncii - Capacitatea de documentare și de selecție a materialelor credibile pe o temă dată. - Capacitatea de sinteză și analiză.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor 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 și modelelor de evaluare folosite în managementul comunicării și relațiilor 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. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Introducere. Organizații, instituții, tipuri de organizații.	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri	
Strategii de comunicare în medii organizaționale.	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri	
Climatul organizațional.	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri	
Cultură și comunicare. Cultură organizațională și cultură națională.	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri	
Cultură și comunicare. Elemente ale culturii, tipuri de cultură	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri	
Analiză și evaluare	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri	
Leadership. Stiluri de conducere.	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri	

Management vs leadership. Abilități ale liderului.	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri	
Management al informației	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri	
Motivare și satisfacție în organizații	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri	
Comunicarea formală	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri	
Rețele informale ("the company behind the chart")	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri	
Rețele de comunicare	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri	
Sinteza materialului didactic	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri	

Bibliografie

W. Richard Scott. Instituții și organizații, Iași: Polirom, 2004

Ștefan Stanciu și Mihaela Alexandra Ionescu. Cultură și comportament organizațional, București: comunicare.ro, 2005

Ervin Goffman. Aziluri, Iași: Polirom, 2004, capitolul Despre caracteristicile instituțiilor totale, pp. 13-115, disponibil prin comandă pe www.polirom.ro

Dumitru Iacob, Diana Cismaru. Comunicare managerială și relații publice, suport de curs

Geert Hofstede. Culture's consequences, 1980, London: Sage, disponibilă parțial pe <http://books.google.com/> sau la Biblioteca Central Universitară, P-ța 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	Observații
1. Organizații, tipuri de organizații, organizații totale	Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție.	
2. Cultură organizațională și cultură națională	Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție.	
3. Cultură organizațională, tipuri de cultură, elemente ale culturii, cultura profesională a publicitarilor	Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție.	
4. Cultură organizațională, tipuri de cultură, elemente ale culturii, cultura profesională a publicitarilor	Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție.	
5. Socializare organizațională – tactici, dificultăți.	Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție.	
6. Stiluri de conducere	Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție.	
7. Testare scrisă	Evaluare	
8. Motivație și satisfacția angajatului	Demonstrație prin experiment. Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție.	
9. Formal și informal în organizații	Discuții pe baza studiilor de caz și a	

	materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție.	
10. Spațiu fizic organizațional.	Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție.	
11. 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.	
12. Brainstorming	Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție.	
13. Gender în organizații	Discuții pe baza studiilor de caz și a materialelor teoretice pe care studenții le au la dispoziție.	
14. 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 conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și 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 performanță

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

Septembrie 2019

Semnătura titularului de curs

Prof. univ. Ioan Hosu



Semnătura titularului de seminar

Asist cercetare dr. Andreea Voina



Data avizării în departament

Septembrie 2019

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. Ioan Hosu

