

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2 Facultatea	Sociologie și Asistență Socială
1.3 Departamentul	Sociologie
1.4 Domeniul de studii	Sociologie
1.5 Ciclu de studii	Master
1.6 Programul de studiu / Calificarea	Managementul Strategic al Resurselor Umane

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	AMR3030 Comunicare organizațională						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Dan Chiribucă						
2.3 Titularul activităților de seminar	Prof.univ.dr. Dan Chiribucă						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	1	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Obligativu

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	3.2 Din care: curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	3.5 Din care: curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp:					
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					72
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					28
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					29
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități:					0
3.7 Total ore studiu individual		133			
3.8 Total ore pe semestru (nr.credite x 25h)		175			
3.9 Numărul de credite		7			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Sala de curs, proiector, pc, tablă
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	Sala de curs, proiector, pc, tablă

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	CUNOȘTINȚE PROFESIONALE: - cunoașterea principalelor perspective teoretice ce fundamentează domeniul comunicării organizaționale - cunoașterea și utilizarea adecvată a conceptelor, termenilor și temelor ce definesc la ora actuală câmpul comunicării - înțelegerea limitelor specifice diverselor perspective teoretice utilizate în domeniul comunicării organizaționale. - Utilizarea cunoștințelor teoretice pentru a defini demersuri concrete de cercetare ABILITĂȚI PROFESIONALE: - capacitatea de a analiza concepte, teoriile, paradigmele și metodologiile specifice disciplinei și de a le utiliza în contexte aplicate. - capacitatea de a analiza și evalua strategiile și procesele de comunicare ce au loc în mediul social real - capacitatea de a analiza și interpreta critic interacțiunile comunicaționale din organizații - capacitatea de a elabora proiecte de cercetare și intervenție în domeniul comunicării organizaționale
Competențe transversale	- Executarea responsabilă și la timp a sarcinilor profesionale; - Aplicarea strategiilor de muncă riguroasă, eficientă, de punctualitate și răspundere personală față de rezultat, pe baza principiilor, normelor și a valorilor codului de etică profesională; - Aplicarea tehnicilor de relaționare în grup a capacităților empatice de comunicare interpersonală și de asumare de roluri specifice în cadrul muncii în echipă - Familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate - Conștientizarea nevoii de formare continuă; utilizarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare, pentru dezvoltarea personală și profesională - Utilizarea eficientă a surselor informaționale și a resurselor de comunicare și formare profesională asistată (portaluri Internet, aplicații software de specialitate, baze de date, cursuri on line etc) atât în limba română, cât și într-o limbă de circulație internațională

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu principalele paradigme utilizate la ora actuală în comunicarea organizațională. Prezentarea și înțelegerea conceptelor și noțiunilor fundamentale implicate în procesele comunicării, identificarea și înțelegerea situațiilor și contextelor ce definesc interacțiunile comunicaționale desfășurate în mediul organizațional.
7.2 Obiectivele specifice	Dezvoltarea capacității de a utiliza concepte, teorii, paradigme și metodologii specifice disciplinei în contexte aplicate. Dezvoltarea capacității de a analiza și evalua strategii și procese de comunicare ce au loc în mediul social real Dezvoltarea capacității de a elabora proiecte de cercetare și intervenție în domeniul comunicării organizaționale

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Obser- -vații
1. Introducere în tematica disciplinei. Prezentarea tematicii și a obiectivelor. Prezentarea resurselor bibliografice, a cerințelor privind activitățile studenților în timpul semestrului și a criteriilor de evaluare. Circumscrieri paradigmatică ale comunicării. Definiții și clarificări conceptuale.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2 ore
2. Comunicarea umană - definiție și clarificări conceptuale. Aspectele definitorii ale comunicării organizaționale. Limitele paradigmelor mecaniciste. Specificul abordărilor semiotice. Comunicarea ca ritual. Elementele interacțiunii comunicaționale: participanți, mijloace, conținuturi.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2 ore
3. Tipuri de comunicare organizațională. Criterii și dimensiuni relevante. Participanți, limbaje și coduri, situații, contexte, domenii de utilizare. Comunicarea verbală în organizații.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2 ore
4. Comunicarea non-verbală în mediul organizațional. Limbaje nonverbale și caracteristicile comunicării non-verbale. Paralimbajul și limbajele corporale. Proxemica. Artefactele. Limbajul timpului.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2 ore
5. Comunicare și cultură organizațională. Practici comunicaționale în organizații și determinanțele culturale ale acestora.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2 ore
6. Comunicarea – factor de influență a schimbării organizaționale.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2 ore
7. Campanii comunicaționale. Obiectivele campaniilor de comunicare. Factori care influențează eficiența unei campanii comunicaționale. Structura planurilor de campanie.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	4 ore
8. Comunicarea în situații de risc și criză. Semnificație și delimitări conceptuale. Strategii de gestionare a situațiilor de criză.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	4 ore
9. Identități corporate și identități organizaționale. Comunicarea Corporată. Definiție. Identitate și identificare organizațională. Măsurarea identității corporate. Comunicarea prin intermediul mărcii corporate.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	4 ore
10. Tehnologia informației și a comunicării în organizații. Utilizarea, efectele și influența tehnologiei informației asupra comunicării în organizații.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	4 ore
8.2 Seminar		
1. Introducere. Tematică și obiective. Resurse și bibliografie. Evaluare	Prezentare interactivă	1 ora
2. Perspective teoretice și metodologice asupra comunicării organizaționale. Fundamente conceptuale. Comunicarea ca transmitere de informație și abordarea pozitivistă. Paradigmele interpretativ-fenomenologice și abordările calitative ale proceselor comunicaționale	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	1 ora
3. Tipuri de comunicare și limbaje utilizate în mediul organizațional. Participanți, limbaje și coduri, situații, contexte, domenii de utilizare. Comunicare verbală și non-verbală în organizații. Studii de caz	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz; proiecte	2 ore
4. Determinante culturale ale practicilor comunicaționale în organizații	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz; proiecte	2 ore
5. Comunicarea în situații de risc și criză. Strategii de gestionare a situațiilor de criză. Prezentarea unor studii de caz	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz; proiecte	2 ore
6. Identități corporate și identități organizaționale. Măsurarea identității corporate. Comunicarea prin intermediul mărcii corporate. Studii de caz	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz; proiecte	2 ore
7. Utilizarea, efectele și influența tehnologiei informației asupra comunicării în organizații. Studii de caz	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică; studii de caz; proiecte	2 ore
8. Discutarea proiectelor și a referatelor individuale	Prezentare interactivă; explicare; dialog; discuții colective; studii de caz; proiecte	2 ore

8.3 Bibliografie

Bibliografie obligatorie:

Dan Chiribucă (2013), *Communication: theories, frameworks and processes*, Eikon
Fredric M. Jablin, Linda L. Putnam (2001), *The New Handbook of Organizational Communication*, Sage,
Joann Keyton (2005), *Communication and Organizational Culture: : a key to understanding work experiences*, Sage
Thomas E. Harris, Mark D. Nelson (2008), *Applied organizational communication : theory and practice in a global environment*, Taylor & Francis
Joann Keyton (2005), *Communication and Organizational Culture: : a key to understanding work experiences*, Sage
Lewis, Laurie K. (2011), *Organizational change : creating change through strategic communication*
Robert L. Heath, OHair H. Dan (2009), *Handbook of Risk and Crisis Communication*, Routledge;
Cees B.M Van Reel, Charles J. Fombrun (2007), *Essentials of Corporate Communications*, Routledge;
Bertrand Moingeon, Guillaume Soenen (eds.), 2003, *Corporate and Organizational Identities: Integrating strategy, marketing, communication and organizational perspectives*, Routledge
Heather E. Canary, Robert D. McPhee (eds.), (2011), *Communication and Organizational Knowledge: Contemporary Issues for Theory and Practice*, Routledge

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

Conținuturile sunt coroborate cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și ale angajatorilor reprezentativi din domeniul programului

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Intervenții și comentarii pe baza unor lecturi, referate, proiecte, analize personale	Evaluare continuă	10%
	Referat/proiect de semestru	Examen oral	50%
10.5 Seminar/laborator	Calitatea prezentărilor și a intervențiilor realizate	Evaluare continuă	10%
	Prezentarea unor materiale (articole, cărți, proiecte de cercetare, metode, etc)	Colocviu	30%
10.6 Standard minim de performanță :			
Plagiatul va fi sancționat conform reglementărilor universitare, inclusiv prin neacordarea punctajului pentru lucrarea plagiată. Pentru promovare studentul trebuie să obțină minim 5 puncte din max. 10 puncte			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

15.09.2023

.....

.....

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

22.09.2023

.....